

# Städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeitsanalyse

für eine Einzelhandelskonzentration und  
eine Fachmarkttagglomeration Möbel im  
Rahmen der Entwicklung des ehemaligen  
Rangierbahnhofs Pankow

Aktualisierende und zusammenführende  
Untersuchung vorliegender Wirkungsanalysen

Dortmund, November 2025  
(mit Nachtrag Januar 2026)



# Städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeitsanalyse

für eine Einzelhandelskonzentration und eine  
Fachmarkttagglomeration Möbel im Rahmen der  
Entwicklung des ehemaligen Rangierbahnhofes Pankow -  
aktualisierende und zusammenführende Untersuchung  
vorliegender Wirkungsanalysen

im Auftrag des Bezirksamtes Pankow von Berlin

## **Bearbeitung und Konzeption**

Stefan Kruse  
Elisabeth Kopischke  
Peter Rennebaum

## **Junker + Kruse**

### **Stadtforschung Planung**

Markt 5 44137 Dortmund  
Tel. 0231 - 557858-0  
Fax 0231 - 557858-50  
[www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de)  
E-Mail: [info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de)

## **Projektbetreuung/Ansprechpartner**

Klaus Risken (Leiter Stadtentwicklungsamt)  
Hans Gellert (FB Stadtplanung – Verbind-  
liche Bauleitplanung)

## **Bezirksamt Pankow**

Abt. Stadtentwicklung und Bürgerdienste  
Stadtentwicklungsamt  
Storkower Straße 97 10407 Berlin  
Tel.: 030 -90295 4276  
Fax: 030 -90295 4260  
[www.berlin.de/ba-pankow](http://www.berlin.de/ba-pankow)  
E-Mail: [hans.gellert@ba-pankow.berlin.de](mailto:hans.gellert@ba-pankow.berlin.de)

November 2025

(mit Nachtrag zum Stadtentwicklungsplan Zentren 2040, Stand: Januar 2026)

## **Hinweise**

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit werden nicht immer männliche und weibliche Schriftformen verwendet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich alle Geschlechter angesprochen.

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

## **Datenschutzerklärung**

Das Gutachterbüro Junker + Kruse verarbeitet personenbezogene Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt und ist im Rahmen der Erstellung der vorliegenden Untersuchung erforderlich. Darüber hinaus werden die Daten im Rahmen weiterer Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen, verwendet (z. B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald sie für die bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

## Kontaktdaten der Verantwortlichen

Junker + Kruse Stadtforschung Planung, Markt 5 | D-44137 Dortmund  
Inhaber Dipl.-Geogr. Stefan Kruse  
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 | Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50  
E-Mail: [info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de) | [www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de)

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Anlass und Zielsetzung der Untersuchung.....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Methodische Vorgehensweise.....</b>	<b>9</b>
2.1	Städtebauliche Wirkungsanalyse .....	9
2.2	Datengrundlage .....	13
<b>3</b>	<b>Beschreibung der Vorhaben .....</b>	<b>18</b>
3.1	Lage der Vorhabenstandorte .....	18
3.2	Rahmendaten der Vorhaben .....	19
3.3	Mögliche absatzwirtschaftliche Kennwerte der Vorhaben .....	22
<b>4</b>	<b>Marktsituation im Untersuchungsraum .....</b>	<b>26</b>
4.1	Abgrenzung des Einzugsgebietes und Definition des Untersuchungsraums .....	26
4.1.1	Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente Einzelhandelskonzentration – Untersuchungsraum A .....	27
4.1.2	Zentrenrelevante Sortimente Einzelhandelskonzentration – Untersuchungsraum B .....	29
4.1.3	Nicht zentrenrelevante Kernsortimente und zentrenrelevante Randsortimente Fachmarkttagglomeration Möbel – Untersuchungsraum C.....	31
4.2	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungs-raum .....	33
4.2.1	Entwicklung der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen.....	33
4.2.2	Nahversorgungsrelevante Sortimente (Einzelhandelskonzentration) .....	36
4.2.3	Zentrenrelevante Sortimente (Einzelhandelskonzentration) .....	37
4.2.4	Nicht zentrenrelevante Sortimente und zentrenrelevante Randsortimente (Fachmarkttagglomeration Möbel) .....	40
4.3	Angebotssituation im Untersuchungsraum .....	41
4.3.1	Nahversorgungsrelevante Sortimente – Untersuchungsraum A .....	41
4.3.2	Zentrenrelevante Sortimente – Untersuchungsraum B.....	42
4.3.3	Nicht zentrenrelevante Kernsortimente und zentrenrelevante Randsortimente – Fachmarkttagglomeration Möbel.....	46
<b>5</b>	<b>Potenzielle Auswirkungen der Vorhaben .....</b>	<b>50</b>
5.1	Annahmen zur Umsatzherkunft der Vorhaben.....	50
5.2	Ergebnisse der Berechnungen – Absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Vorhaben gemäß Prüfauftrag .....	55

5.3	Rechnerische Abschätzung möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen einzelner Sortimente .....	68
5.3.1	Zentrenrelevante Sortimente.....	68
5.3.2	Nicht zentrenrelevante Sortimente .....	69
5.4	Städtebauliche Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zentrenrelevanter Sortimente .....	71
5.4.1	Bezirk Pankow.....	74
5.4.2	Bezirk Mitte .....	109
5.4.3	Umlandkommunen.....	113
5.4.4	Zwischenfazit .....	122
5.5	Städtebauliche Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen nicht zentrenrelevanter Sortimente .....	123
5.5.1	Möbel.....	123
5.5.2	Teppiche/Bodenbeläge .....	125
5.6	Städtebaulich verträgliche Dimensionierung .....	126
<b>6</b>	<b>Überprüfung der Kompatibilität mit landesplanerischen und stadtplanerischen Vorgaben.....</b>	<b>130</b>
6.1	Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg .....	130
6.2	Flächennutzungsplan Berlin .....	136
6.3	Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 .....	137
	Nachtrag zum Stadtentwicklungsplan Zentren 2040 (Stand 27.01.2026)....	141
6.4	Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin .....	143
6.5	Bezirkliches Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Berlin Pankow 2016.....	146
<b>7</b>	<b>Fazit und gutachterliche Empfehlungen .....</b>	<b>148</b>
	<b>Verzeichnisse .....</b>	<b>159</b>
	<b>Abkürzungen .....</b>	<b>161</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>162</b>
Anhang 1:	Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung .....	162
Anhang 2:	Detaillierte Eckdaten zu relevanten Angebotsstandorten und Umsatzumverteilungen (modifiziertes Vorhaben, Hauptuntersuchung) .....	165
Anhang 3:	Erläuterung zu den Steckbriefen der zentralen Versorgungsbereiche .....	183

# 1 Anlass und Zielsetzung der Untersuchung

Das Gelände des ehemaligen Rangierbahnhofs Pankow wurde im Jahr 2009 von der Krieger Handel SE (damals Krieger Grundstück GmbH (KGG)) erworben. Hier soll ein neues Stadtquartier entstehen. Dieses soll u. a. eine Einzelhandelskonzentration (auch in Form eines Einkaufszentrums) sowie eine Fachmarkttagglomeration Möbel enthalten. Im Zuge lange andauernder Planungen und Abstimmungen wurden auch zur geplanten Einzelhandelsentwicklung verschiedene Konzepte und Gutachten erstellt. Die erste Hauptuntersuchung zur Einzelhandelskonzentration und der Fachmarkttagglomeration Möbel basierte auf den Festlegungen der Grundsatzvereinbarung für das „Pankower Tor“ zwischen dem Bezirk Pankow, der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen und der Krieger Handel SE vom 25.04.2018. Es folgte eine Nachtragsuntersuchung mit verkleinerter Einzelhandelskonzentration, eine Wirkungsanalyse zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten Möbel und Teppiche sowie eine Untersuchung zu einem Fahrradfachmarkt. Das Bezirksamt Pankow hatte in seiner Sitzung am 10.03.2020 beschlossen, den Bebauungsplan 3-60 („Pankower Tor“) für das Gelände des ehemaligen Rangierbahnhofs Pankow aufzustellen. In der Zeit vom 25.03. bis 29.04.2022 fand dazu die frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit gemäß § 3 (1) BauGB statt gemäß § 4 (1) BauGB. Parallel erfolgte die frühzeitige Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange. Die seitens der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen durchgeführte Änderung des Flächennutzungsplans von Berlin für die Nachnutzung des ehemaligen Rangierbahnhofs Pankow, die 2016 eingeleitet wurde (laufende Nummer 05/16), ist durch Bekanntmachung im Amtsblatt für Berlin am 24.01.2025 in Kraft getreten.

Vom 15.11. bis 15.12.2023 wurde die förmliche Behördenbeteiligung gemäß § 4 (2) BauGB durchgeführt. Mit Beschluss des Bezirksamts Pankow vom 19.12.2023 wurde zudem der Geltungsbereich des Bebauungsplans 3-60 entlang der Prenzlauer Promenade sowie nördlich der Kleingartenanlage Feuchter Winkel Ost in die drei Bebauungspläne 3-60a „Pankower Tor“, 3-60b „Pankower Tor - Bahnbetriebswerk Pankow“ und 3-60c „Pankower Tor - Schule Heimdallstraße“ aufgeteilt. Die beiden Einzelhandelsvorhaben (und das geplante Stadtquartier) befinden sich seither im Geltungsbereich des in Aufstellung befindlichen Bebauungsplans 3-60a „Pankower Tor“.

Aus der förmlichen Behördenbeteiligung resultierten auch für die Entwicklung des Einzelhandels weitere Untersuchungserfordernisse. Vorgetragene Einwendungen beziehen sich insbesondere auf die Verkaufsflächengrößen im Rahmen der textlichen Festsetzungen und auf unterschiedliche Erarbeitungsstände, der im Zuge der Planungen schrittweise erstellten Untersuchungen. Es wurde bemängelt, dass die Nachvollziehbarkeit der Festsetzungen im Bebauungsplan auf Grundlage der verschiedenen Gutachten teilweise sehr erschwert und nicht eindeutig sei. Zudem wurde geäußert, dass das „Hauptgutachten mit einer ergänzenden Nachtragsuntersuchung“ aus dem Jahre 2020 mittlerweile eine veraltete Datenbasis aufweist. Diese bedarf aufgrund der zwischenzeitlich stattgefundenen Veränderungen der Rahmenbedingungen, u. a. aufgrund der COVID-19-Pandemie und der damit verbundenen Auswirkungen auf den Einzelhandel insgesamt und die Zentren im Speziellen, einer Aktualisierung. Vor diesem Hintergrund hat man sich nunmehr darauf verständigt ein Gesamtgutachten zu erstellen, in dem die vorliegenden

Einzelgutachten zusammengeführt sind, das aktuelle mit dem Vorhabenträger abgestimmte Sortimentskonzept berücksichtigt und die Datenbasis aktualisiert wird. Dabei ist es auch erforderlich weitere nicht zentrenrelevante Sortimente, die bisher nicht Gegenstand der gutachterlichen Untersuchungen waren, jedoch im Rahmen der textlichen Festsetzungen für die Einzelhandelskonzentration pauschal mit bis zu je 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Sortiment festgesetzt wurden, einer gutachterlichen Herleitung und Begründung zu unterziehen.

Der Fokus der Betrachtungen richtet sich somit weiterhin auf die Fragestellung, ob durch das Vorhaben der Krieger Handel SE (Ansiedlung Einzelhandelskonzentration/Einkaufszentrum sowie Fachmarktagglomeration Möbel mit entsprechenden zentrenrelevanten Randsortimenten) in der geplanten Dimensionierung der Einzelhandelskonzentration von maximal 20.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und der Fachmarktagglomeration Möbel von maximal 45.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche absatzwirtschaftliche Auswirkungen (Veränderungen der Kaufkraftströme) ausgelöst werden, die negative Folgewirkungen im Sinne von städtebaulichen oder auch versorgungsstrukturellen Auswirkungen in den perspektivisch betroffenen Zentren bzw. Bezirken und Kommunen im Untersuchungsraum nach sich ziehen könnten. Folgende Fragestellungen stehen im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses:

- Welchen Umsatz werden die Vorhaben in den jeweiligen Sortimenten voraussichtlich generieren?
- Wie stellt sich die lokale und regionale Nachfragesituation dar? (u. a. rechnerische Ermittlung der sortimentspezifischen Kaufkraftabschöpfung)
- Wie stellt sich die (derzeitige und zukünftige absehbare) untersuchungsrelevante Versorgungs- und Konkurrenzsituation im Untersuchungsraum dar?
- Wie stellen sich die Bedeutung und Stabilität der (untersuchungsrelevanten) Angebotsstandorte (zentrale Versorgungsbereiche, verbrauchernahe Versorgungsstandorte) im Einzugsgebiet der Vorhaben dar?
- Welche jeweiligen absatzwirtschaftlichen und daraus resultierenden städtebaulichen Folgewirkungen wären mit der Realisierung der Vorhaben verbunden? (Ermittlung von potenziellen Umsatzumverteilungen und möglichen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und einzelne Standortbereiche im Untersuchungsraum)
- Sind die Vorhaben vereinbar mit den Zielen und Regelungen des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) bzw. wie kann diese Kompatibilität hergestellt werden?
- Sind die Vorhaben vereinbar mit den „berlin-spezifischen“ Instrumentarien, Zielen und Regelungen (Flächennutzungsplan Berlin (FNP Berlin), Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 (StEP Zentren 2030), Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin (AV Zentren und Einzelhandel) bzw. wie kann diese Kompatibilität hergestellt werden?
- Sind die Vorhaben vereinbar mit den Zielen und Regelungen des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Pankow 2016 (BEHK Pankow) bzw. wie kann diese Kompatibilität hergestellt werden?

## 2 Methodische Vorgehensweise

Bei der Verträglichkeitsanalyse der geplanten Einzelhandelsvorhaben gilt es, die sich durch eine mögliche Umlenkung der Kaufkraftströme und die hieraus resultierenden Umsatzumverteilungen ergebenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im projektrelevanten Einzugsbereich zu untersuchen. Da die Vorhaben in ihrer möglichen Branchenstruktur, Dimensionierung und Lage ein über die Grenzen des Bezirks Pankow hinausgehendes Einzugsgebiet erschließen wird, sind städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auch in den Städten und Gemeinden im Umland sowie benachbarten Berliner Bezirken des Bezirkes Pankow nicht auszuschließen, sondern bedürfen einer weitergehenden Analyse.

Angesichts dieser Vorgehensweise gliedert sich die Verträglichkeitsanalyse wie folgt:

- Nach einleitenden Ausführungen zur Methodik im Rahmen von Kapitel 2 erfolgt in Kapitel 3 die Einordnung und Beschreibung der Vorhaben.
- In Kapitel 4 werden die Abgrenzung des Untersuchungsraums und die einzelhandelsseitigen Rahmendaten im Untersuchungsraum dargelegt.
- In Kapitel 5 werden die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten möglichen monetären und prozentualen Umverteilungen in den untersuchten Warengruppen dargestellt und die städtebaulichen sowie versorgungsstrukturellen Auswirkungen bewertet.
- In Kapitel 6 erfolgt eine Kompatibilitätsprüfung mit den wesentlichen einzelhandelsrelevanten Instrumentarien.
- Kapitel 7 stellt eine Zusammenfassung der Ergebnisse sowie der gutachterlichen Empfehlungen dar.

### 2.1 Städtebauliche Wirkungsanalyse

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen hat sich in der Einzelhandelsforschung und -begutachtung der Gravitationsansatz bewährt. Das ursprünglich von Huff konzipierte Gravitationsmodell<sup>1</sup> kann nach Ansicht des Gutachters allerdings nur für eine erste Einschätzung dienen. Daher werden in dem hier angewendeten Gravitationsmodell vertiefend Kennwerte und Parameter sowohl zur sortimentspezifischen als auch zur standortspezifischen Attraktivität, unter Berücksichtigung vorhandener Kaufkraftabschöpfungen, rechnerisch eingestellt, was eine unabdingbare Voraussetzung für die Validität der Ergebnisse dieser Modellrechnung darstellt.

---

<sup>1</sup> vgl. Huff, David L. (1964): Defining and estimating a trading area. *Journal of Marketing*, Vol. 28. Heinritz, G. (1999): Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. Passau. Kemming, H. (1980): Raumwirtschaftstheoretische Gravitationsmodelle - Eine Untersuchung ihrer analytischen Grundlagen. Berlin. Löffler, G. (1987): Konzeptionelle Grundlagen der chronologischen Betrachtungsweise in deterministischen Modellansätzen. Bremen.

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

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

- Für die untersuchten Standorte werden die Einzelhandelskennziffern der relevanten Warengruppe/Sortimente ermittelt bzw. liegen vor (Verkaufsfläche, Umsatz, Zentralitätsfaktor und Standortqualitätsgewichtung im Sinne von Gesamtattraktivität). Des Weiteren werden die räumlichen Widerstände zwischen den jeweiligen Nachfrage- und Angebotsstandorten zugrunde gelegt<sup>2</sup>.
- Mit dem potenziellen „Marktzutritt“ des Vorhabens verändert sich das raumwirtschaftliche Standortgefüge, da Umsatz und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.
- Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt anhand eines realitätsnahen Worst-Case-Ansatzes, der die maximal möglichen Auswirkungen des Vorhabens abbildet. Auf diese Weise wird der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen.

**Eingangswerte** des Gravitationsmodells sind:

- die erhobenen **Verkaufsflächen** nach Sortimenten und Anbietern/Standorten;
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro/m<sup>2</sup>) nach Sortimenten und Anbietern/Standorten und der daraus resultierende sortimentspezifische und summierte **Umsatz** der Anbieter/Standorte;
- die **Widerstände** (Raumdistanzen) zwischen den Standorten, die jeweils aus der Abhängigkeit der Sortimente und der Gesamtattraktivität der Anbieter/Standorte und ihrer jeweiligen Marktgebiete resultieren;
- der zu erwartende **Umsatz des geplanten Vorhabens**;
- die einzelhandelsrelevante **Kaufkraft** im Untersuchungsraum für die projektrelevanten Sortimente;
- Das **Maß der Betroffenheit** der Wettbewerbsstandorte – z. B. werden vergleichbare Wettbewerber (Größe, Angebot) stärker gewichtet.

Es ist darauf hinzuweisen, dass die Berechnung möglicher Umsatzumverteilungen in der vorliegenden Untersuchung nicht für jedes Sortiment zuverlässig möglich ist. Bei einem geringen umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes, einer hohen Streuung auf eine Vielzahl von Angebotsstandorten im Untersuchungsraum und der Rolle als Randsortiment fallen die zu erwartenden monetären und prozentualen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen regelmäßig sehr gering aus und liegen dabei unterhalb einer zuverlässigen Nachweisbarkeitsschwelle. Daher fand für

---

<sup>2</sup> Diese sind ermittelt anhand von Zeitdistanzen (ArcGIS-gestützte Berechnung).

einzelne Sortimente (z. B. Augenoptik oder Blumen, Topfpflanzen) eine teilweise **rechnerische und argumentative Abschätzung möglicher Auswirkungen** statt (siehe dazu Kapitel 5.2).

### **Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen**

Grundsätzlich ist anzunehmen, dass das umschriebene Modell und seine Ergebnisse nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Die Ermittlung der monetären bzw. prozentualen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist also ein wichtiger, aber letztendlich nicht ausreichender Schritt bei der Beurteilung negativer städtebaulicher und versorgungsstruktureller Implikationen. Dabei ist auch die sogenannte 10 %-Marke (s. Anhang, Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung) nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen, sondern es sind die konkreten Angebotsstrukturen und Rahmenbedingungen zu berücksichtigen.

Im Sinne des StEP Zentren 2030 (Steuerungsgrundsatz 5) sind ab einem Schwellenwert von **5 % Umsatzumverteilung** die abstrakten Ergebnisse der Berechnungen durch weitergehende Analysen im Hinblick auf mögliche negative städtebauliche und/oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu qualifizieren. Dabei fließen vor allem auch die individuellen städtebaulichen Gegebenheiten und Ausgangsbedingungen der potenziell betroffenen zentralen Versorgungsbereiche und Versorgungsstrukturen sowie die wirtschaftliche Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter in die Betrachtungen ein.

Das interkommunale Abstimmungsgebot<sup>3</sup> schützt nicht den in der Nachbargemeinde vorhandenen Einzelhandel vor Konkurrenz, sondern nur die Nachbargemeinde als Selbstverwaltungskörperschaft und Trägerin der Planungshoheit.<sup>4</sup> Die Auswirkungen müssen sich folglich auf die versorgungsstrukturelle und/oder städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbargemeinde beziehen.<sup>5</sup>

Relevante Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen sind erst dann zu erwarten, wenn die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen umschlagen. **Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe<sup>6</sup> Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die zentralörtliche Funktion einzelner Kommunen nachhaltig verändert wird.** Eine solche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung liegt z. B. dann vor, wenn

<sup>3</sup> vgl. § 2 Abs. 2 BauGB 2004

<sup>4</sup> Durch die Zurückweisung der Beschwerde gegen die Nicht-Zulassung der Revision in dem Urteil des Oberverwaltungsgerichtes für das Land Nordrhein-Westfalen vom 06. Juni 2005 (sog. „CentrO-Urteil“) bestätigt (BVerwG 4 BN 41.05).

<sup>5</sup> vgl. die Wiedergabe der Urteilsbegründungen bei Hoppe, NVwZ 2005, S. 1.145. In Fn. 34 des Beitrags sind die Urteile des BVerwG aufgeführt, auf die sich die Oberhausen-Urteile beziehen

<sup>6</sup> Das Adjektiv „verbrauchernah“ ist im vorliegenden Fall nicht mit dem Adjektiv „fußläufig“ gleichzusetzen. Vielmehr geht es auch im Möbeleinzelhandel darum, räumlich ausgewogene Versorgungsstrukturen vorzuhalten, die es den Kunden ermöglichen sich möglichst wohnortnah auch mit Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs zu versorgen. In diesem Sinne kommt insbesondere den Mittelzentren sowie in Teilen auch einwohnerstärkeren Grundzentren eine nicht unwesentliche Versorgungsfunktion im Hinblick auf mittel- und langfristige Bedarfsgüter zu.

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse in Form von „flächendeckenden“ Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, so dass die **Versorgung der Bevölkerung** nicht mehr gewährleistet ist<sup>7</sup>, bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und damit zu einer **Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit** des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt<sup>8</sup>.

Ein aktuelles Urteil des Bundesverwaltungsgerichts interpretiert den in diesem Zusammenhang verwendeten Begriff der „Funktionsstörung“ eines zentralen Versorgungsbereiches als:

- **Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit**, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen **Versorgungsauftrag** generell oder **hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann.**<sup>9</sup>

Insbesondere die Bedeutung absatzwirtschaftlich „betroffener“ Betriebe für einen zentralen Versorgungsbereich ist in diesem Zusammenhang ausschlaggebend dafür, ob sich aus wettbewerblichen Auswirkungen negative städtebauliche Auswirkungen ergeben. Somit gilt es zu analysieren, wie die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich eingebettet sind und welche Bedeutung sie für den zentralen Versorgungsbereich übernehmen. Bei der Bewertung eines möglichen Umschlagens absatzwirtschaftlicher in städtebauliche Auswirkungen stehen folgende Aspekte im Vordergrund:

- Lage im Stadtgefüge
- Struktur des zentralen Versorgungsbereiches
- Städtebauliche Qualität
- Qualität der Läden, des Straßenraumes
- Einzelhandelsdichte
- Magnetbetriebe

Ein weiterer Aspekt bei der Beurteilung der Auswirkungen auf eine Kommune ist die **landesplanerische Funktionszuweisung** (Verhältnis der Funktion von Ober-, Mittel-, Grund- und Kleinzentren zueinander): Während Grund- und Kleinzentren i. d. R. eine Grundversorgungsfunktion für das eigene Gemeindegebiet zugewiesen ist, haben Mittel- und insbesondere Oberzentren zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breiter gefächerten Einzelhandelsangeboten wahrzunehmen. Dass die raumordnerische Funktion einer von Vorhabenauswirkungen betroffenen Gemeinde ein wichtiger zu berücksichtigender Faktor ist, wird in Rechtsprechung und Literatur in diesem Zusammenhang hervorgehoben. So heißt es bei Uechtritz: „Die herrschende Meinung geht [...] zutreffend davon aus, dass bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinden zu berücksichtigen ist. Gemeindegebietsüberschreitende Wirkungen, die von der Rechtsordnung gewünscht werden, sind grundsätzlich nicht

<sup>7</sup> vgl. Bönker/Bischopink, BauNVO, 2. Auflage (2018), § 11 Rn. 111ff., 128ff. m.w.N.

<sup>8</sup> vgl. u. a. Janning (2005): Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR, 1723, 1725

<sup>9</sup> BVerwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

zu missbilligen. [...] Dem Ober- oder Mittelzentrum ist die Versorgung des jeweiligen Verflechtungsbereiches gerade aufgegeben“. Allerdings kommt einem Grundzentrum weiterhin die bevölkerungs- und wohnstandortnahe Grundversorgung zu. **Grundversorgung** ist dabei nicht nur als Versorgung mit Gütern des täglichen kurzfristigen Bedarfs zu verstehen, sondern sie umfasst in gewissem Umfang auch die Bereitstellung von Einzelhandelsangeboten mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern.

## 2.2 Datengrundlage

### Angebotsseitige Datenbasis

Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung in der Bauleitplanung ist im Rahmen der Angebotsanalyse eine sehr dezidierte, sortimentspezifische Bestandserfassung erforderlich. Eine solche Primärerhebung erfolgte im Bezirk Pankow, den benachbarten Bezirken (Teilbereiche) sowie in den potenziell betroffenen Umlandkommunen (= Untersuchungsraum) im Zeitraum Juli bis September 2025. Folgende Kommunen liegen im Untersuchungsraum<sup>10</sup>:

- Bernau bei Berlin
- Glienicke/Nordbahn
- Mühlenbecker Land
- Panketal
- Wandlitz

Außerdem befinden sich folgende Berliner Bezirke ganz oder teilweise im Untersuchungsraum:

- Friedrichshain-Kreuzberg
- Lichtenberg
- Marzahn-Hellersdorf
- Mitte
- Pankow
- Reinickendorf

Berücksichtigt wurde der untersuchungsrelevante Einzelhandelsbestand in den zentralen Versorgungsbereichen und den sonstigen relevanten Angebotsstandorten (wie z. B. Fachmarkttagglomerationen oder Fachmarktstandorten, Nahversorgungsstandorten). Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden dabei alle **untersuchungsrelevanten Sortimente** unter Berücksichtigung der Vorgaben des Handbuchs Einzelhandelserhebung Berlin<sup>11</sup> mit ihren Verkaufsflächen differenziert erfasst. Per Definition zählt zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen

<sup>10</sup> Herleitung der Abgrenzung des Untersuchungsraumes und kartografische Darstellung siehe Kapitel 4.1

<sup>11</sup> Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt (Hrsg.): Handbuch Einzelhandelserhebungen Berlin, August 2013

Flächen, Schaufenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden

Der Datensatz umfasst in Abhängigkeit des jeweils relevanten Untersuchungsraumes für die nahversorgungsrelevanten<sup>12</sup>, zentrenrelevanten<sup>13</sup> und nicht zentrenrelevanten Sortimente eine sortimentspezifische Vollerhebung der Einzelhandelsbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen sowie die sortimentspezifischen Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe mit untersuchungsrelevantem Kernsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ab 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (siehe dazu auch Kapitel 4.1).

Neben der Erhebung weiterer Spezifika (z. B. Betriebstyp oder Lagedetail Einkaufszentrum) wurde eine räumliche Zuordnung aller erhobenen Einzelhandelsbetriebe zu nachfolgenden Kategorien vorgenommen:

- zentraler Versorgungsbereich (Hauptzentrum, Stadt-/Ortsteilzentrum, Nahversorgungszentrum)
- Fachmarkttagglomeration und Fachmarktstandorte
- sonstige integrierte und nicht integrierte (Streu-)Lagen

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzzahlen werden nicht nur die zu Grunde liegenden Verkaufsflächen sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern auch die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die räumlich detaillierten Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet.

### **Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche**

Im Hinblick auf die städtebauliche Lage und Einordnung der Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der Bestandsanalyse und die Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen durch die Vorhaben ist eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche im Sinne der hier einschlägigen Rechtsgrundlagen (u. a. im Sinne von § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) notwendig.

Dabei kommt dem Begriff zentraler Versorgungsbereich eine besondere Bedeutung zu, nimmt er doch durch die Novellierungen des BauGB in den Jahren 2004, 2007 und 2013 im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung ein. Unter zentralen Versorgungsbereichen sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

---

<sup>12</sup> Der Begriff „nahversorgungsrelevante Sortimente“ wird in der Untersuchung gleichbedeutend mit dem Begriff „Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung“ gemäß Berliner Sortimentsliste aus dem Anhang I der AV Zentren und Einzelhandel, 2020 benutzt.

<sup>13</sup> Der Begriff „zentrenrelevante Sortimente“ wird in der Untersuchung gleichbedeutend mit dem Begriff „Übrige zentrenrelevante Sortimente“ gemäß Berliner Sortimentsliste aus dem Anhang I der AV Zentren und Einzelhandel, 2020 benutzt.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Stadtteil- bzw. Nebenzentren). Wobei auch Grund- und Nahversorgungszentren zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen können. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und ggf. auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.

Sonderstandorte und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der einschlägigen Literatur – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche aus folgenden Grundlagen ergeben können:

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Das bedeutet, dass auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium ist. Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein.

In der vorliegenden Untersuchung wird auf vorliegende Abgrenzungen aus Einzelhandelskonzepten zurückgegriffen:

- **Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg**  
BSM (2017): Einzelhandels- und Zentrenkonzept Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg von Berlin. Berlin
- **Bezirk Lichtenberg**  
Stadt+Handel (2016): Aktualisierung des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepts für den Bezirk Berlin Lichtenberg. Leipzig<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Der Bezirk Lichtenberg schreibt zum Zeitpunkt der Erarbeitung der vorliegenden Untersuchung sein Zentren- und Einzelhandelskonzept fort. Eine Beteiligung wurde in der Zeit vom 13.10. bis 17.11.2025 durchgeführt. Eine Sichtung des Entwurfs hat ergeben, dass sich, aufgrund der Veränderungen in der Zentren- und Standortkulisse keine grundsätzlich veränderten Aussagen zur städtebaulichen Verträglichkeit der Vorhaben ergeben werden.

- **Bezirk Marzahn-Hellersdorf**  
Junker + Kruse (2013): Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2013 für den Bezirk Marzahn-Hellersdorf. Dortmund
- **Bezirk Pankow**  
Stadt+Handel (2016): Aktualisierung des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Berlin Pankow. Leipzig<sup>15</sup>
- **Bezirk Mitte**  
Stadt+Handel (2021): Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Mitte von Berlin. Leipzig
- **Bezirk Reinickendorf**  
Dr. Lademann & Partner/Spath + Nagel (2019): Zentren- und Einzelhandelskonzept für den Bezirk Reinickendorf von Berlin 2019. Berlin
- **Stadt Bernau bei Berlin**  
BBE Handelsberatung GmbH (2014): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bernau bei Berlin (Fortschreibung 2013). Leipzig
- **Gemeinde Glienicke/Nordbahn**  
Consilium (2015): Einzelhandels- und Zentrenkonzept, 1. Fortschreibung, Gemeinde Glienicke/Nordbahn. Berlin
- **Gemeinde Mühlenbecker Land**  
BBE Handelsberatung GmbH (2016): Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land. Leipzig
- **Gemeinde Panketal**  
- kein Einzelhandelskonzept -
- **Gemeinde Wandlitz**  
BBE Handelsberatung GmbH (2019): Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Gemeinde Wandlitz. Leipzig

### Nachfrageseitige Datenbasis

Im Rahmen der Grundlagenermittlung stellt die Nachfrageseite einen weiteren wichtigen Baustein dar. Die modellgestützt ermittelte einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert. In dieser Untersuchung wird auf Werte des IFH Köln (2024) zurückgegriffen. Das IFH ermittelt jährlich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ausgehend von der Gesamtkaufkraft (nachfrageorientierter Anteil des verfügbaren Einkommens) von der pro Gebiet unterschiedliche Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen

---

<sup>15</sup> Zur Fortschreibung des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept für den Bezirk Pankow wurde zum Zeitpunkt der Erarbeitung der vorliegenden Untersuchung das Büro Stadt+Handel beauftragt (Auftakt 27.11.2025). Eine Fertigstellung des Konzeptes ist bis Ende 2026 vorgesehen.

werden. Unberücksichtigt bleiben auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen. Übrig bleibt jener Teil der Kaufkraft, der dem Einzelhandel für die Ausgaben in einzelnen Sortimentsbereichen potenziell zur Verfügung steht. Dabei werden sowohl Indizes als auch absolute Werte für die Gebietseinheiten (i. d. R. Gemeinden oder Postleitzahlregionen) ermittelt.

Die sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern sind Indexwerte, die das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes vermitteln. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

Für die vorliegende Untersuchung lagen die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern auf Ebene von Postleitzahlregionen (Berlin) und Gemeinden (Umland) vor. Auf diese Weise werden Differenzierungen des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus im Untersuchungsraum berücksichtigt.

**Insgesamt basiert die Prognose der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen damit auf einer detaillierten und abgestimmten, z. T. primärstatistisch ermittelten, Bestandsdatenbasis.**

# 3 Beschreibung der Vorhaben

## 3.1 Lage der Vorhabenstandorte

Der Vorhabenstandort „Pankower Tor“ befindet sich im Südwesten des Berliner Bezirks Pankow. Er umfasst mit dem 1997 stillgelegten ehemaliger Rangierbahnhof Pankow rund 27 ha, grenzt im Süden im Bereich des S- und U-Bahnhofs Pankow an die Berliner Straße und erstreckt sich über 1,5 Kilometer in nordöstliche Richtung bis zur Prenzlauer Promenade. Nördlich verlaufen S-Bahn-Gleise und südlich die Granitzstraße.

Das Gelände, das im Jahr 2009 von der Krieger Handel SE erworben wurde, soll insgesamt zu einem urbanen, nachhaltigen Stadtquartier entwickelt werden, welches neben 2.000 Wohnungen, Einkaufsmöglichkeiten, Freizeitmöglichkeiten sowie Bildungsangebote und öffentliche Platz- und Grünflächen umfasst.

**Karte 1: Lage der Vorhabenstandorte**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts Pankow (2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025

## 3.2 Rahmendaten der Vorhaben

Zwei Einzelhandelsbausteine sind nach dem aktuellen Masterplan „Pankower Tor“ im Entwicklungsbereich „Pankower Tor“ vorgesehen:

- Der südwestliche Bereich der Fläche zwischen Berliner Straße und Neumannstraße ist als Potentialfläche Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Pankow gemäß Abgrenzung im bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept des Bezirks Berlin Pankow<sup>16</sup>. Hier ist die Ansiedlung einer Einzelhandelskonzentration (ggf. auch in Form eines Einkaufszentrums) mit einer Gesamtverkaufsfläche von 20.000 m<sup>2</sup> geplant. Im Entwurf des Bebauungsplans Nr. 3-60a „Pankower Tor“ (Stand 21.11.2025) ist hier ein Sondergebiet SO 1 mit der Zweckbestimmung „Wohn- und Büroquartier mit großflächigem Einzelhandel“ ausgewiesen.
- Im östlichen Bereich der Entwicklungsfläche „Pankower Tor“ wird im Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 (StEP Zentren 2030) sowie im bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept des Bezirks Berlin Pankow die Fachmarkttagglomeration „Rangierbahnhof Pankow“ ausgewiesen. Der Standort ist über die A 114 bzw. Prenzlauer Promenade (B 109) im Osten verkehrsgünstig an das kommunale und auch regionale Straßennetz angeschlossen. In diesem Bereich soll großflächiger Möbeleinzelhandel mit einer Gesamtverkaufsfläche von 45.000 m<sup>2</sup> angesiedelt werden. Im Entwurf des Bebauungsplans Nr. 3-60a „Pankower Tor“ (Stand 23.04.2025) ist hier ein Sondergebiet SO 2 mit der Zweckbestimmung „Großflächiger Möbeleinzelhandel“ ausgewiesen.

Der Vorhabenträger hat ein Sortimentskonzept für die Vorhaben vorgelegt, welches zu untersuchen ist. Die **sortimentspezifischen Aufteilungen der Verkaufsflächen** für die **Einzelhandelskonzentration (SO 1)** und für die **Fachmarkttagglomeration für Möbel (SO 2)** sind in der nachfolgenden Tabelle 1 unter Berücksichtigung einer Zuordnung der Warengruppen zu den Sortimenten gemäß Berliner Sortimentsliste dargestellt.

**Tabelle 1: Sortimentskonzept Vorhaben**

Warengruppe/ Sortiment	Sortimentsgruppe gem. Berliner Liste	WZ Nr. <sup>17</sup>	Verkaufsflächen	
			Einzelhandelskonzentration SO 1	Fachmarkttagglomeration Möbel SO 2
<i>in m<sup>2</sup></i>				
<b>Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</b>				
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	52.11/52.2	5.000	

*Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite*

<sup>16</sup> Stadt + Handel (2016): Aktualisierung des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für den Bezirk Berlin Pankow. Leipzig.

<sup>17</sup> WZ-Nr.: Gruppen/Klassen gemäß Klassifikation der Wirtschaftszweige, Statistisches Bundesamt 2003, verwendet in: AV Zentren und Einzelhandel (2020) bzw. Handbuch Einzelhandelserhebung Berlin (2013)

Warengruppe/ Sortiment	Sortimentsgruppe gem. Berliner Liste	WZ Nr. <sup>17</sup>	Verkaufsflächen	
			Einzelhand- delskon- zentration SO 1	Fachmarkt- agglomera- tion Möbel SO 2
			in m <sup>2</sup>	
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizini- sche und orthopädi- sche Artikel	freiverkäufliche pharmazeutische Artikel (Apotheke)	52.31	1.600	
	medizinische und orthopädische Artikel (einschließlich Hörgeräte)	52.32		
	Drogeriewaren, Kosmetik/Parfü- merie (inkl. Wasch-/Putz- und Reini- gungsmittel)*	52.33 aus 52.49.9		
Papier/Bürobedarf/ Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschrif- ten	Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	52.47	800	
	Papier/Bürobedarf/Schreibwaren aus dieser Unterklasse: Organisa- tionsmittel für Büro Zwecke	aus 52.49.9		
<b>Zwischensumme zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</b>			<b>7.400</b>	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>				
Zoo-/Heimtierbedarf	Zoo-/Heimtierbedarf (inkl. lebende Tiere)*	52.49.2	1.000	
Blumen/Topfpflanzen (Indoor)	Blumen/Topfpflanzen (Indoor), (inkl. Blumentöpfe)*	aus 52.49.1	300	
Bekleidung	Bekleidung	52.42	7.000	
Schuhe/Lederwaren	Schuhe/Lederwaren	52.43	1.500	
Haushaltwaren, Glas/Porzellan/Kera- mik	Haushaltwaren, Glas/Porzellan/Keramik	52.44.3 52.44.4	560	1.700
Spielwaren, Musikin- strumente/Musikalien	Spielwaren	52.48.6	500	
	Musikinstrumente/Musikalien	52.49.3		
Sportartikel, Fahrräder, Camping	Fahrräder und Zubehör	52.49.7	7.000	
	Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Frei- zeitboote)	52.49.8	2.700	
	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte	aus 52.49.9		
Bettwaren, Haus-/ Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	Bettwaren	aus 52.41.1		2.500
	Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	aus 52.41.1 <sup>1</sup> 52.41.2 <sup>2</sup> 52.44.7 <sup>3</sup>		
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	Holz-, Kork-, Flecht- und Korb- waren	52.44.6	200	800
	Kunstgegenstände, Bilder, kunst- gewerbliche Erzeugnisse Briefmar- ken, Münzen	52.48.2		

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Warengruppe/ Sortiment	Sortimentsgruppe gem. Berliner Liste	WZ Nr. <sup>17</sup>	Verkaufsflächen	
			Einzelhand- delskon- zentration SO 1	Fachmarkt- agglomera- tion Möbel SO 2
			<i>in m<sup>2</sup></i>	
Elektrische Haushalts- geräte, Leuchten	Leuchten	52.44.2	200	2.000
	Elektrische Haushalts-Kleingeräte	aus: 52.45.1		
	Elektrische Haushalts-Großgeräte	aus: 52.45.1	650	250
Neue Medien, Unter- haltungselektronik	Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger	52.45.2	2.000	
	Telekommunikationsendgeräte, PC und Zubehör, Software	52.49.5 52.49.6		
Foto, Optik	Augenoptik	52.49.3	400	
	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptik)	52.49.4	500	
Uhren, Schmuck	Uhren/Edelmetallwaren/Schmuck	52.48.5	400	
<b>Zwischensumme zentrenrelevante Sortimente</b>			<b>24.910</b>	<b>7.250</b>
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>				
Gartenbedarf	Gartenbedarf	52.49.1 <sup>4</sup> aus 52.44.3 <sup>5</sup>	3.000	
Baumarktsortiment i. e. S.	Baumarktsortiment i. e. S.: Eisen-, Metall- und Kunststoffwa- ren a. n. g.	52.46.1	3.000	
	Anstrichmittel	52.46.2		
	Bau- und Heimwerkerbedarf (aus- genommen Campingartikel und Fahrradzubehör)	52.46.3		
	aus dieser Unterklasse: elektro- technische Erzeugnisse	aus 52.45.1		
	aus dieser Unterklasse: Brenn- stoffe, darunter Kohle, Briketts, Brennholz (in Verkaufsräumen)	aus 52.49.9 aus 52.49.0		
	Tapeten, Bodenbeläge <sup>6</sup>	aus 52.48.1		
Teppiche/Bodenbeläge	Teppiche, Bodenbeläge	52.48.1		2.000
Möbel	Wohnmöbel	52.44.1	3.000	40.000
	Büromöbel	aus 52.49.9		
	Gartenmöbel	aus 52.44.3		
Sonstige nicht zentren- relevante Sortimente	Sport- und Freizeitboote (ohne Motorsportboote und Yachten)	aus 52.49.8	3.000	
	Auto- und Motorradzubehör (außerhalb von Autohäusern)	50.30.3 aus 50.40.3	3.000	
<b>Zwischensumme nicht zentrenrelevante Sortimente</b>			<b>15.000</b>	<b>42.000</b>

\*Erläuterung ergänzt

<sup>1</sup> Haus-/Bett-/Tischwäsche; <sup>2</sup> Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware Stoffe; <sup>3</sup> Heimtextilien (u. a. Gardinen und Dekostoffe); <sup>4</sup> Blumen, Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Blumen, Topfpflanzen und Blumentöpfe (in Verkaufsräumen); <sup>5</sup> aus dieser Unterklasse: Bedarfsartikel für den Garten, Möbel und Grillgeräte für den Garten; <sup>6</sup> ausgenommen Teppiche

Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis von Angaben der Krieger Handel SE, Stand Oktober 2025

Die dargestellten Sortimente bilden jeweils einen Flächenpool für die Vorhabenstandorte Einzelhandelskonzentration und Fachmarkttagglomeration Möbel. Dieser ist nicht vollständig additiv, sondern teilweise substitutiv im Rahmen der definierten maximalen Gesamtverkaufsflächen von 20.000 m<sup>2</sup> für die Einzelhandelskonzentration (ggf. auch als Einkaufszentrum) und 45.000 m<sup>2</sup> für die Fachmarkttagglomeration Möbel.

Das untersuchungsrelevante Sortimentskonzept (Flächenpool) der Einzelhandelskonzentration umfasst dabei 7.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente und 24.910 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente. Quantitative Schwerpunkte liegen dabei in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportartikel, Fahrräder, Camping sowie Neue Medien, Unterhaltungselektronik. Darüber hinaus ist es im Rahmen der textlichen Festsetzungen zum Bebauungsplan (Entwurf) vorgesehen, nicht zentrenrelevante Sortimente gemäß Berliner Sortimentsliste bis zu einer Verkaufsfläche von 3.000 m<sup>2</sup> je Sortiment als zulässig zu erklären. Dies gilt es gutachterlich herzuleiten. Der Flächenpool für die Einzelhandelskonzentration (SO 1) umfasst ohne nicht zentrenrelevante Sortimente 32.310 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Es ergibt sich ein Flexibilisierungsrahmen von rund 60 %. Für die Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2) beläuft sich der untersuchungsrelevante Flächenpool auf 49.250 m<sup>2</sup>, davon entfallen 42.000 m<sup>2</sup> auf nicht zentrenrelevante Sortimente (insbesondere Kernsortiment Möbel) und 7.250 m<sup>2</sup> auf zentrenrelevante Sortimente (Randsortimente).

Unter Anwendung der Vorgaben der AV Zentren und Einzelhandel (Ziffer 3.4.6 (5)<sup>18</sup>) ergibt sich hier mit Blick auf die im Grundsatz geforderte Verkaufsflächenobergrenze von 2.500 m<sup>2</sup> für zentrenrelevante Randsortimente ein Flexibilisierungsrahmen für die zentrenrelevanten Randsortimente von 190 %.

### 3.3 Mögliche absatzwirtschaftliche Kennwerte der Vorhaben

Die gängige Rechtsprechung<sup>19</sup> verlangt das Aufzeigen der maximal möglichen absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens („Worst-Case-Szenario“). Diesem Anspruch ist bereits im Rahmen der Umsatzermittlung eines Vorhabens durch das Zugrundelegen maximaler Flächenproduktivitäten Rechnung zu tragen, um die Ermittlung maximaler Umsatzumverteilungen – als ökonomische Grundlage für die Abschätzung der zu erwartenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen – zu ermöglichen. Da mittels bauleitplanerischer Maßnahmen lediglich Sortimente und Verkaufsflächen gesteuert werden können, verbietet sich im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse eine reine Betrachtung und Bewertung auf Basis von betreiberspezifischen Werten. Gleichwohl sind den gutachterlichen Berechnungen

<sup>18</sup> AV Zentren und Einzelhandel (2020), Ziffer 3.4.6 (5): [...] Zum Schutz sowie zur Wahrung weiterer Entwicklungschancen der städtischen Zentren Berlins sind zentrenrelevante Randsortimente in Fachmärkten grundsätzlich auf maximal 10 % der vorhabenbezogenen Verkaufsfläche (vgl. LEP HR Ziel 2.13 (2)), höchstens jedoch 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu begrenzen (siehe Steuerungsgrundsatz 4 des StEP Zentren 2030). → Davon ist eine maximale Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente von 2.500 m<sup>2</sup> abzuleiten.

<sup>19</sup> vgl. u. a. das sog. Preußen-Park-Urteil des OVG Münster: OVG NRW Az.: 7a D 60/99.NE vom 07. Dez. 2000, S. 53 ff.

und Bewertungen jeweils **maximale, jedoch realistische Rahmendaten eines Vorhabens** zugrunde zu legen. Die Rechtsprechung hält in diesem Sinne eine „realitätsnahe Betrachtung des Worst-Case-Ansatzes“ (Urteil des OVG NRW vom 02. Oktober 2013 – 7 D 18/13.NE) für unerlässlich und lässt dabei zumindest bei den anzunehmenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen- und Umsatzanteilen (soweit vorhanden) auf Angaben der möglichen Betreiber zurückzugreifen, um die zu prognostizierenden Auswirkungen in einem Sortiment weder zu unter- noch zu überschätzen. Sofern diese nicht vorliegen, ist von Seiten des Gutachters – gestützt auf entsprechende sekundärstatistische Angaben – eine möglichst realitätsnahe Flächenproduktivität abzuleiten.

Unter Beachtung dieser Anforderungen sowie der spezifischen Rahmenbedingungen in Berlin Pankow und einem diesbezüglichen Austausch mit dem Vorhabenträger werden – im Sinne eines realitätsnahen Worst Case – folgende warengruppenspezifischen Flächenproduktivitäten für die **Einzelhandelskonzentration (SO 1)** und die **Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2)** zugrunde gelegt:

**Tabelle 2: Flächenproduktivitäten und prognostizierte Umsätze der Vorhaben – realitätsnaher Worst Case**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Flächenproduktivität in Euro/m <sup>2</sup>	prognostizierter Umsatz in Mio. Euro
<b>Einzelhandelskonzentration (SO 1)</b>			
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	5.000	5.100	25,5
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1.600	6.500	10,4
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	800	4.700	3,8
Zoo-/Heimtierbedarf	1.000	1.900	1,9
Blumen, Topfpflanzen (Indoor)	300	2.500	0,8
Bekleidung	7.000	3.000	21,0
Schuhe/Lederwaren	1.500	3.700	5,6
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	560	2.200	1,2
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	500	3.200	1,6
Sportartikel, Camping	2.700	2.500	6,8
Fahrräder und Zubehör	7.000	4.500	31,5
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	200	1.700	0,3
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	200	5.100	1,0
Elektrische Haushalts-Großgeräte	650	4.800	3,1
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	2.000	6.000	12,0
Augenoptik	400	7.300	2,9
Foto, Optik	500	7.300	3,7
Uhren, Schmuck	400	8.500	3,4

*Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite*

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Flächenproduktivität in Euro/m <sup>2</sup>	prognostizierter Umsatz in Mio. Euro
<b>Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2)</b>			
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	1.700	1.900	3,2
Bettwaren, Haus-/ Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	2.500	2.000	5,0
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	800	1.700	1,4
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	2.000	5.100	10,2
Elektrische Haushalts-Großgeräte	250	4.800	1,2
Bodenbeläge/Teppiche	2.000	1.000	2,0
Möbel	40.000	1.600	64,0

Abweichungen zu anderen Tabellen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Darstellung Junker + Kruse, tlw. auf Basis von Angaben der Krieger Handel SE, Stand Oktober 2025

- Mögliche **Umsatzschwerpunkte der Einzelhandelskonzentration** ergeben sich in den Warengruppen Fahrräder und Zubehör (rund 31,5 Mio. Euro), Bekleidung (rund 21,0 Mio. Euro), Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren (rund 25,5 Mio.), Neue Medien, Unterhaltungselektronik (rund 12,0 Mio. Euro) sowie Apotheken, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel (rund 10,4 Mio. Euro). Insgesamt wird durch das Vorhaben ein breites Branchenspektrum abgedeckt, welches **typisch für das Angebot innerhalb eines städtischen Zentrums oder auch eines klassischen Einkaufszentrums** ist.
- Im **Kernsortiment Möbel** der **Fachmarkttagglomeration** kann bei einer avisierten Verkaufsfläche von in Summe rund 40.000 m<sup>2</sup> ein prognostiziertes Umsatzvolumen von rund **64,0 Mio. Euro** erzielt werden. Im Sortiment Bodenbeläge/Teppiche wird ein Umsatzvolumen von 2,0 Mio. Euro prognostiziert. Bei den zentrenrelevanten Randsortimenten bildet die Warengruppe Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten mit rund 10,2 Mio. Euro den Umsatzschwerpunkt.

**Tabelle 3: Summarische Betrachtung der Flächenproduktivitäten und prognostizierte Umsätze der Vorhaben – realitätsnaher Worst Case**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Flächenproduktivität in Euro/m <sup>2</sup>	prognostizierter Umsatz in Mio. Euro
<b>Summarische Betrachtung in den überschneidenden Warengruppen</b>			
Möbel	43.000	1.600	68,8
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	1.000	1.700	1,7
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	2.200	5.100	11,2
Elektrische Haushalts-Großgeräte	900	4.800	4,3
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	2.260	2.050	4,5

Abweichungen zu anderen Tabellen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Zusammenstellung Junker + Kruse auf Basis von Angaben der Krieger Handel SE

- Für Warengruppen, die in beiden Einzelhandelsbausteinen (Einzelhandelskonzentration und Fachmarkttagglomeration) vorkommen, werden aufgrund der zu erwartenden kumulativen Auswirkungen und deren Bewertung hinsichtlich negativer städtebaulicher Auswirkungen Gravitationsrechnungen unter Berücksichtigung einer summarischen Betrachtung durchgeführt. Die zugrunde gelegten Werten werden in Tabelle 3 aufgeführt.

## 4 Marktsituation im Untersuchungsraum

### 4.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes und Definition des Untersuchungsraums

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes sowie – daraus abgeleitet – des Untersuchungsraums dient als Grundlage zur Analyse der Wettbewerbssituation und zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials eines Standortes.

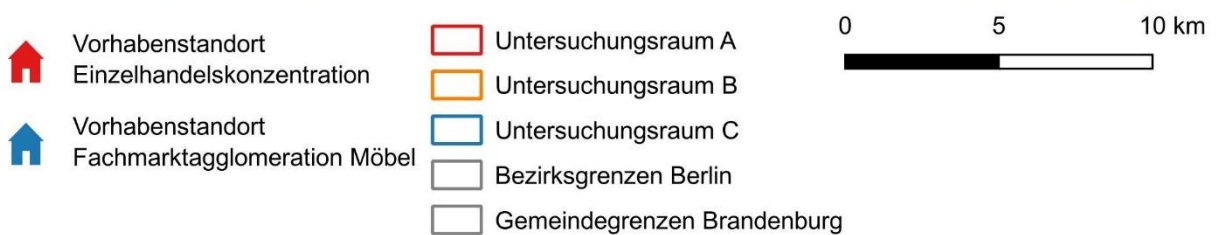
Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort)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

Aufgrund der geplanten Angebote (Warengruppen bzw. Sortimente) und deren Dimensionierung ergeben sich unterschiedliche Ausstrahlungskräfte. Daraus resultieren, sich teilweise überlappende unterschiedlich große Einzugsbereiche. Folglich werden drei Untersuchungsbereiche definiert:

- **Untersuchungsraum A:** zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente – Einzelhandelskonzentration (SO 1)
- **Untersuchungsraum B:** zentrenrelevante Sortimente – Einzelhandelskonzentration (SO 1)
- **Untersuchungsraum C:** nicht zentrenrelevante Sortimente und zentrenrelevante Randsortimente – Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2)

Die gewählten Abgrenzungen der Untersuchungsräume sind das Ergebnis eines begleitenden Abstimmungsprozesses im Rahmen der Erarbeitung der vorliegenden Wirkungsanalyse mit dem Bezirk Pankow sowie der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen. Sie entsprechen dem rechtlich geforderten realitätsnahen Worst-Case-Ansatz. Die einzelhandelsrelevante Attraktivität der Vorhaben beeinflusst dabei die Ausdehnung des Einzugsgebietes und damit nicht zuletzt auch die Streuung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in nicht unerheblichem Maße. In die Gravitationsrechnung werden daher in den untersuchten Vorhabenvarianten unterschiedliche Anteile der warengruppenspezifischen Umsätze im Untersuchungsraum eingestellt (vgl. Kapitel 5.1). Die Untersuchungsräume werden mit ihren Spezifika nachfolgend erläutert.

Karte 2: Übersicht der Untersuchungsräume A, B und C



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025; © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

#### 4.1.1 Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente Einzelhandelskonzentration – Untersuchungsraum A

Im Hinblick auf die geplanten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente der Einzelhandelskonzentration (SO 1), wird als Untersuchungsraum der Bezirk Pankow zzgl. des

Stadtteilzentrums Badstraße im Bezirk Mitte definiert (vgl. Karte 3, Untersuchungsraum A). Dies trägt der Tatsache Rechnung, dass es sich um Güter des täglichen Bedarfs handelt. Bei diesen ist die Distanzempfindlichkeit der Kunden aufgrund der regelmäßigen Nachfrage sehr hoch, so dass sie bei adäquatem Angebot deutlich überwiegend vor Ort bzw. in Wohnortnähe gekauft werden.

**Karte 3: Abgrenzung des Untersuchungsraums A**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Der Untersuchungsraum A wird für folgende zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente zugrunde gelegt:

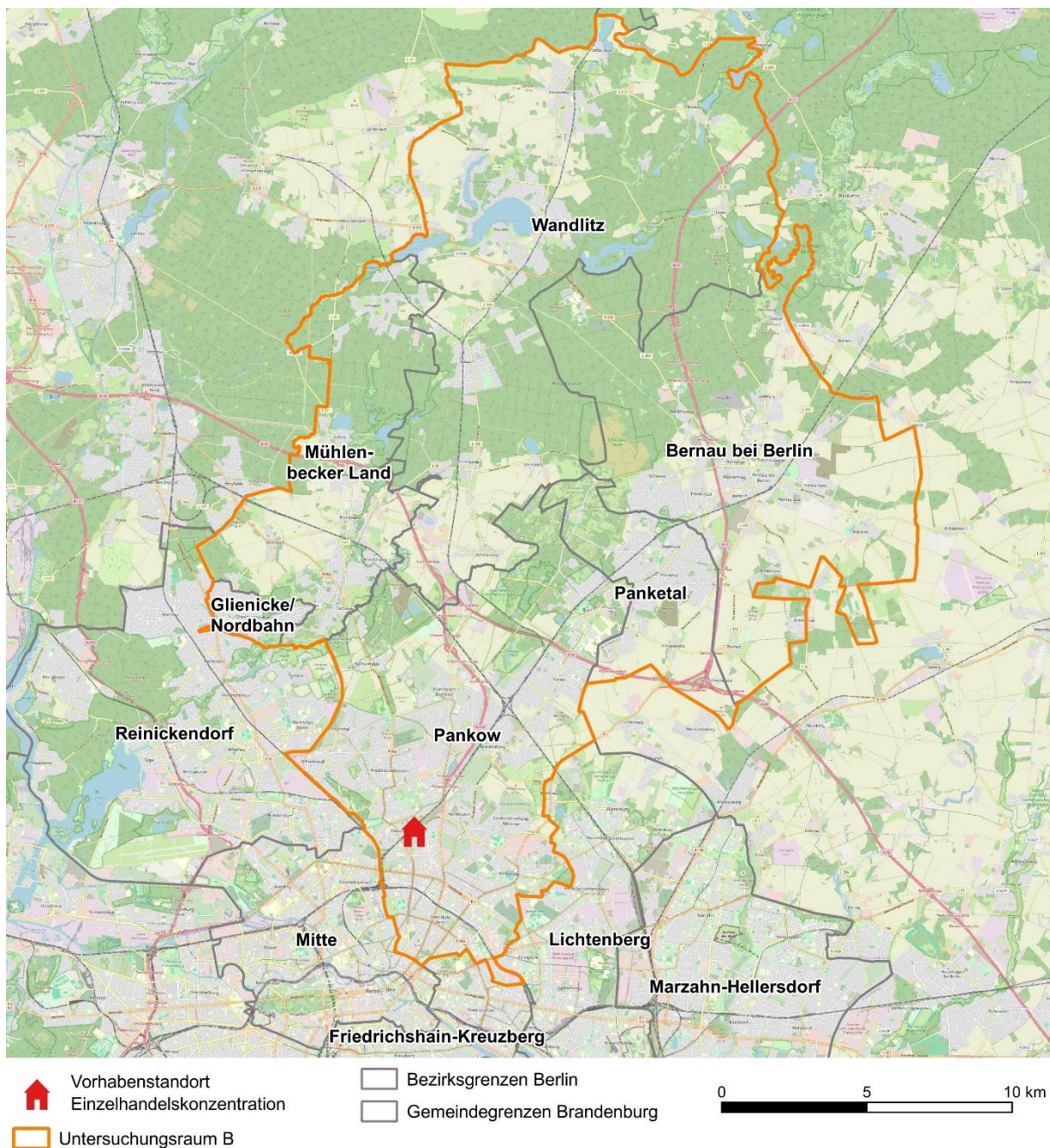
- Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
- Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel
- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften

#### 4.1.2 Zentrenrelevante Sortimente Einzelhandelskonzentration – Untersuchungsraum B

Im Bereich der Einzelhandelskonzentration sind neben nahversorgungsrelevanten Sortimenten auch zentrenrelevante Sortiment geplant, ggf. auch in Form eines Einkaufszentrums. Nicht zuletzt mit Blick auf die Dimensionierung dieses Vorhabens und möglichen Synergieeffekte aufgrund des Sortimentsmixes ist von einer über den Bezirk Pankow hinausgehenden Strahlkraft auszugehen. Die Abgrenzung des Untersuchungsraums B orientiert sich ebenfalls an den regionalen verkehrlichen Gegebenheiten sowie der bestehenden Angebots- beziehungsweise Konkurrenzsituation. Dabei wird das Einzugsgebiet insbesondere Richtung Süden vom Bezirk Mitte bzw. den Berliner Zentrumsbereichskernen deutlich eingeschränkt. Das Vorhaben wird aufgrund seiner Lage und seiner günstigen verkehrlichen Erreichbarkeit, in Abhängigkeit der Vorhabendimensionierungen, ein Einzugsgebiet aufweisen, das im Norden deutlich über die Stadtgrenze von Berlin hinausgeht. Auf der Grundlage von Raumwiderständen, der Einordnung und Bewertung von Konkurrenzstandorten sowie unter Berücksichtigung der entsprechenden Aussagen der vorliegenden Einzelhandelskonzepte wurde als Untersuchungsraum für die geplanten zentrenrelevanten Warengruppen eine Fahrtzeit-Isochrone von rund 20 bis maximal 25 Pkw-Minuten um den Vorhabenstandort definiert.

Als Untersuchungsraum für die geplanten zentrenrelevanten Warengruppen wird demnach der Bezirk Pankow selbst sowie die Städte und Gemeinden Bernau bei Berlin, Glienicke/Nordbahn, Mühlenbecker Land, Panketal und Wandlitz definiert (vgl. Karte 4, Untersuchungsraum B). Aufgrund der unmittelbaren Nähe zum Vorhabenstandort und einer direkten ÖPNV-Anbindung über die S-Bahnlinie (4 Minuten Fahrzeit) wird zudem der zentrale Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Badstraße, der sich im Bezirk Mitte befindet, als projektrelevanter Untersuchungsstandort eingestuft.

Karte 4: Abgrenzung des Untersuchungsraums B



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Der Untersuchungsraum B wird für folgende zentrenrelevanten Sortimente zugrunde gelegt:

- Zoo-/Heimtierbedarf
- Blumen, Topfpflanzen und Blumentöpfe (in Verkaufsräumen)
- Bekleidung
- Schuhe/Lederwaren
- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik

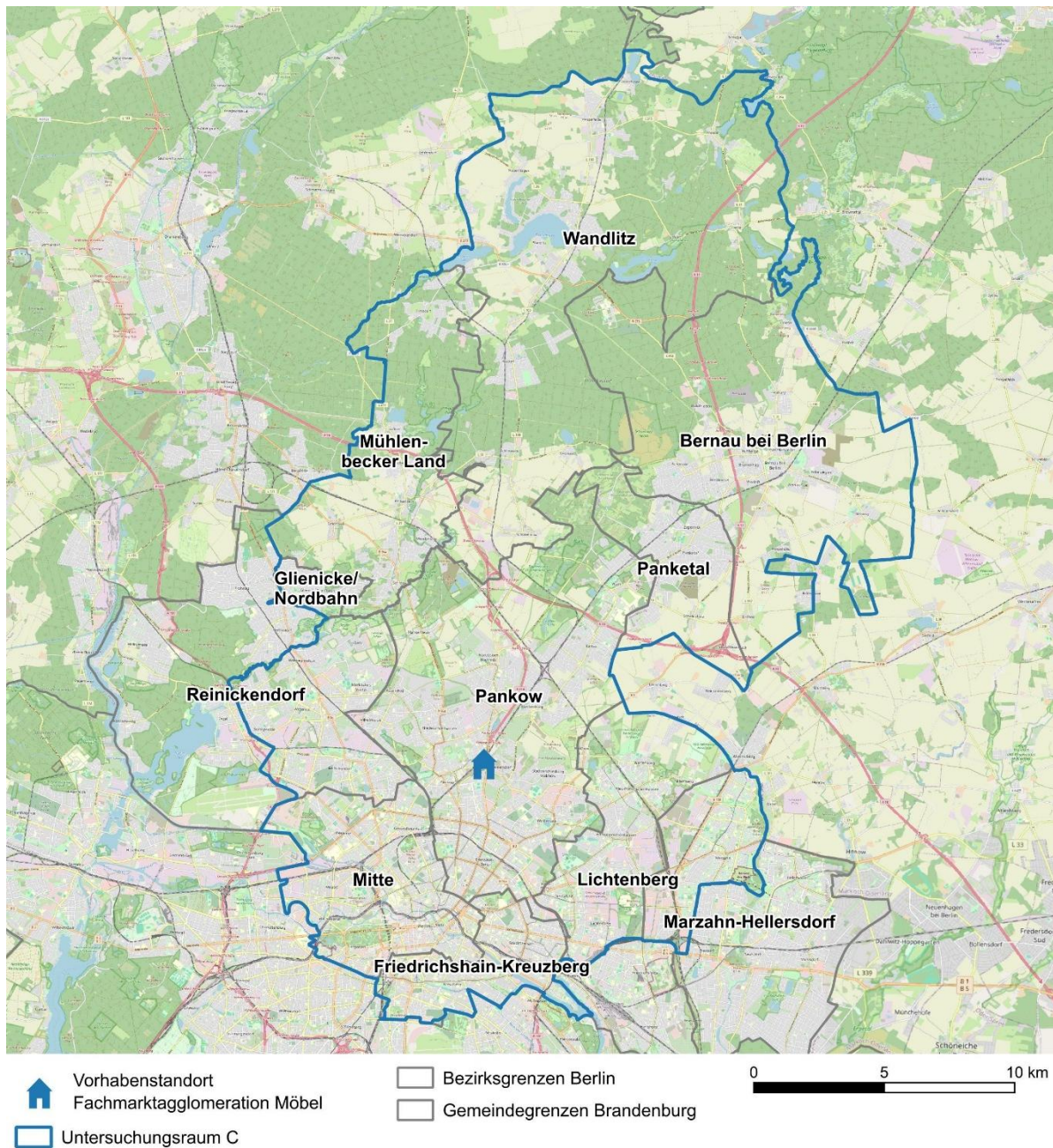
- Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien
- Fahrräder und Zubehör
- Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote) und Handwaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte
- Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände
- Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten
- Elektrische Haushalts-Großgeräte
- Neue Medien, Unterhaltungselektronik
- Foto, Optik
- Augenoptik
- Uhren/Schmuck

#### 4.1.3 Nicht zentrenrelevante Kernsortimente und zentrenrelevante Randsortimente Fachmarkttagglomeration Möbel – Untersuchungsraum C

Der Möbelsektor weist seit jeher besonders große räumliche Austauschbeziehungen auf. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden hier erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände wahrgenommen. Die Fachmarkttagglomeration Möbel wird aufgrund ihrer Lage und günstigen verkehrlichen Erreichbarkeit, in Abhängigkeit der Vorhabendimensionierungen, ein Einzugsgebiet aufweisen, das im Norden deutlich über die Stadtgrenze von Berlin hinausgeht und sich auch auf die Berliner Nachbarbezirke des Bezirks Pankow erstreckt. Auf der Grundlage von Raumwiderständen, der Einordnung und Bewertung von Konkurrenzstandorten sowie unter Berücksichtigung der entsprechenden Aussagen der vorliegenden Einzelhandelskonzepte wurde als Untersuchungsraum für die geplanten nicht zentrenrelevanten Sortimente eine Fahrtzeit-Isochrone von rund 25 bis maximal 30 Pkw-Minuten um den Vorhabenstandort definiert.

Als Untersuchungsraum C für die geplanten nicht zentrenrelevanten Kernsortimente und zentrenrelevanten Randsortimente wird demnach der Bezirk Pankow selbst sowie die Städte und Gemeinden Bernau bei Berlin, Glienicke/Nordbahn, Mühlenbecker Land, Panketal und Wandlitz sowie die Berliner Bezirke Friedrichshain-Kreuzberg, Lichtenberg, Marzahn-Hellersdorf, Mitte und Reinickendorf definiert. Die Bezirke Lichtenberg, Marzahn-Hellersdorf und Reinickendorf befinden sich jedoch nur mit Teilflächen innerhalb des Untersuchungsraums C (siehe Karte 5).

**Karte 5: Abgrenzung des Untersuchungsraums C**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY

Der Untersuchungsraum C wird für folgende nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimente:

- Bodenbeläge/Teppiche
- Möbel

und folgende nicht zentrenrelevanten (Rand-)Sortimente zugrunde gelegt:

- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik
- Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen

- Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände
- Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten
- Elektrische Haushalts-Großgeräte

## 4.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum

Zur Ermittlung möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen der Vorhaben sind neben der Kenntnis der relevanten Einzelhandelsangebotsstrukturen speziell auch die Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Dabei werden die anzunehmenden Auswirkungen der geplanten Vorhaben durch die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen im Einzugsbereich beeinflusst.

### 4.2.1 Entwicklung der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Einzugsgebiet wird im Wesentlichen durch folgende Parameter bestimmt:

- die prognostizierte Bevölkerungsentwicklung bis 2030 sowie
- die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben.

Gemäß den Bevölkerungsprognosen der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen aus dem Jahr 2025 ist für den Berliner Bezirk Pankow in der näheren Zukunft von einer positiven Entwicklung der Bevölkerungszahl auszugehen<sup>20</sup>. So wird für Pankow ein Bevölkerungsanstieg bis zum Jahr 2030 auf rund 438.100 Einwohnerinnen und Einwohner prognostiziert. Dies entspricht ausgehend vom Jahr 2024<sup>21</sup> einem absoluten Bevölkerungszuwachs von rund 10.800 Einwohnerinnen und Einwohnern.

Für die Berliner Bezirke im Untersuchungsgebiet wird insgesamt nach den Bevölkerungsprognosen der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen bis 2030 ein Bevölkerungsanstieg von +14 % prognostiziert.

Für die Brandenburger Kommunen im Untersuchungsraum geht das Landesamt für Bauen und Verkehr (LBV) von einer konstanten bis leicht positiven Bevölkerungsentwicklung aus<sup>22</sup>. So wird für die fünf Kommunen im Durchschnitt ein Bevölkerungsanstieg bis zum Jahr 2030 von rund +1 % prognostiziert. In einer kleinräumigen Betrachtung zeigt sich eine leicht rückläufige

<sup>20</sup> Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen und Umwelt (2025): Bevölkerungsprognose für Berlin und die Bezirke 2024-2040. Berlin.

<sup>21</sup> Amt für Statistik Berlin Brandenburg (2024): Statistischer Bericht – A I 5 – hj 2/24 – Einwohnerregisterstatistik Berlin 31. Dezember 2024

<sup>22</sup> Landesamt für Bauen und Verkehr (2021): Bevölkerungsvorausschätzung 2020 bis 2030, Ämter und amtsfreie Gemeinden des Landes Brandenburg. Hoppegarten.

Entwicklung für die Gemeinden Panketal, Mühlenbecker Land und Glienicke/Nordbahn von - 2 % bis -3%, sowie ein leichtes Bevölkerungswachstum von +3 % für die Gemeinde Wandlitz. Die Stadt Bernau bei Berlin weist hingegen einen Bevölkerungszuwachs von 4 % bis 2030 auf.

Die vorliegende Bevölkerungsprognose für Brandenburg basiert auf Daten aus 2021 und spiegelt daher die aktuelle demografische Entwicklung teilweise eingeschränkt wider. Grundsätzlich handelt es sich dabei jedoch um geringe Abweichungen, so dass auf die aktuell gültige Prognose zurückgegriffen wird.

Die Prognose der einzelhandelsrelevanten Ausgaben ergibt sich einerseits aus der Veränderung des privaten Einkommens und andererseits aus dem Anteil der einzelhandelsrelevanten Ausgaben am Gesamteinkommen. Folgende bundesdeutsche Entwicklungen prägen die Situation:

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 20 Jahren (bis 2024) mit Ausnahme der COVID-19-Pandemie-Jahre 2020 und 2021 gestiegen<sup>23</sup>. Die jährlichen Veränderungen bis 2020 lagen dabei bei rund 2 %. Nach einer Veränderung der Konsumausgaben im Jahre 2020 um rund -6 % sowie einer Zunahme im Jahr 2022 um rund +13 %, liegen die Veränderungen nun wieder auf einem gemäßigten Niveau (2024: +3 %).
- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der Anteil der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben zwischen 2005 und 2019 um knapp drei Prozentpunkte auf einen Anteil von weniger als einem Drittel (31 %) zurückgegangen ist. Der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben belief sich im Jahr 2023 auf 31 % und liegt damit nach einem vorübergehenden Anstieg auf 35 % im Jahr 2020 wieder auf einem Niveau wie vor der COVID-19-Pandemie<sup>24</sup>.
- In Summe ist ein leichter Anstieg bei den einzelhandelsrelevanten Ausgaben festzustellen. Diese Tendenz korrespondiert mit der Entwicklung des gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatzes, der seit dem Jahr 2010 jährliche Wachstumsraten von 1 bis 4 % aufweist.<sup>25</sup>
- Im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel haben sich verändernde Vertriebs- und Absatzwege an Bedeutung gewonnen und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen sowie einen steigenden Wettbewerbsdruck. Insbesondere der Onlinehandel verzeichnete in den letzten zwei Jahrzehnten bundesweit erheblich steigende Umsätze von rund einer Milliarde Euro im Jahr 2000 auf rund 86,7 Milliarden Euro im Jahr 2021<sup>26</sup>. Nach den starken Wachstumsraten in den Jahren der COVID-19-Pandemie führte

---

<sup>23</sup> Statistisches Bundesamt 2021: Höhe der privaten Konsumausgaben\* in Deutschland von 2000 bis 2024 (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1325187/umfrage/hoehe-und-veraenderung-privater-konsumausgaben/>; zuletzt abgerufen am 28.10.2025)

<sup>24</sup> Quelle: Handelsverband Deutschland e. V. (HDE): Zahlenspiegel 2024

<sup>25</sup> Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland: Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2025 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken) und Handelsverband Deutschland: E-Commerce-Umsätze mit Waren in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2025 (\*Prognose); Abruf unter [www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de) (Zugriff: 10/2025)

<sup>26</sup> Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2023

eine gedämpfte Nachfrage zu einem Rückgang der Onlineumsätze um rund 3 %, auf rund 84,5 Milliarden Euro im Jahr 2022. Bis zum Jahr 2024 stieg der Umsatz im Onlinehandel auf einen neuen Höchstwert von 88,3 Milliarden Euro, was gemessen an dem insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsatz (663,8 Milliarden Euro) einem Anteil von rund 13,3 % entspricht. Für das Jahr 2025 wird ein weiterer Anstieg des Umsatzes im Onlinehandel auf 90,9 Milliarden Euro und im Einzelhandel insgesamt auf 677,0 Milliarden Euro prognostiziert. Damit würde sich der Anteil des Onlinehandels geringfügig auf rund 13,4 % erhöhen. Die Entwicklung des Onlinehandels ist – bezogen auf die Entwicklung des gesamten Einzelhandels – demzufolge gebremst, eine Rückkehr zu einem signifikanten Wachstum im Onlinehandel insgesamt ist derzeit nicht zu erwarten.<sup>27</sup>

Der Wettbewerbsdruck auf den stationären Einzelhandel bleibt trotz des aktuell nahezu stagnierenden Umsatzanteils des Onlinehandels aber weiterhin hoch. Vor allem in Warengruppen mit üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten wird ein hoher Teil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch den Onlinehandel gebunden. Der Wettbewerbsdruck betrifft somit vor allem städtische Zentren, die seit jeher durch ein entsprechendes Angebot geprägt sind. Die Anbieter sehen sich mit häufig hervorgehobenen Vorteilen des Onlinehandels – z. B. unmittelbarer Preisvergleich oder 24/7-Einkauf – konfrontiert. Daneben prägt die Verknüpfung von verschiedenen Handelskanälen zunehmend den Markt. Bei solchen Multi-Channel-Konzepten findet beispielsweise eine Verbindung von stationärem Einzelhandel und E-Commerce statt, d. h. der stationäre Handel betreibt Onlinehandel oder ein bisher nur online agierender Händler eröffnet zusätzlich ein Ladengeschäft. Zu diesen Konzepten gehören auch Click & Collect oder Click & Reserve, bei denen die Ware online bestellt oder reserviert wird und anschließend im Geschäft abgeholt bzw. bezahlt wird. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle – online und stationär – ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen. So wurden beispielsweise im Jahr 2023 in den Branchen Bekleidung, Schuhe und Zubehör sowie Unterhaltungselektronik und Elektro jeweils rund 11 % des Umsatzes des stationären Einzelhandels (ohne Kauf- und Warenhäuser) durch Multi-Channel-Konzepte online erzielt.<sup>28</sup>

Schließlich ist insgesamt in den nächsten Jahren für den Untersuchungsraum bezüglich des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials in den relevanten Warengruppen ein leichter Kaufkraftzuwachs zu erwarten. Man kann somit von einer leicht positiven Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens ausgehen.

---

<sup>27</sup> Vgl. auch Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Pressemeldungen: 09.10.2023. Onlinehandel ohne positive Impulse (Daten BEYONDATA GmbH 2023)

<sup>28</sup> Quelle: HDE: Online-Monitor 2024

## 4.2.2 Nahversorgungsrelevante Sortimente (Einzelhandelskonzentration)

Die nahversorgungsrelevanten Sortimente werden im Bereich des Untersuchungsraums A (siehe dazu Karte 3) untersucht, der sich auf den Bezirk Pankow erstreckt.

**Tabelle 4: Kennwerte zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Untersuchungsraum A – Nahversorgungsrelevante Sortimente (Einzelhandelskonzentration)**

Untersuchungsraum A (Pankow)			
Einwohner (gerundete Werte)	427.250		
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	100,34		
<b>Warengruppenspezifische stationäre Kaufkraft</b> <i>in Mio. Euro</i>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>gesamt</b>
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	1.263,7	37,7	1.301,4
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	194,4	26,2	220,6
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	74,2	24,8	98,9
<b>Summe*</b>	<b>1.532,3</b>	<b>88,7</b>	<b>1.620,9</b>

nur untersuchungsrelevante Warengruppen

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Darstellungen und Berechnungen Junker + Kruse; IFH Köln 2025; Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2024

- Im Bezirk Pankow leben rund 427.250 Einwohnerinnen und Einwohner (2024), Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau liegt mit einem Wert von 100,34 nahezu im Bundesdurchschnitt. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft beträgt in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen rund 1,62 Mrd. Euro. Untersuchungsrelevant ist dabei der Anteil, der stationär ausgegeben wird. Er beläuft sich auf rund 1,53 Mrd. Euro (vgl. Tabelle 1).
- Die Warengruppe Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren weist rund 1,26 Mrd. Euro auf. Die Kaufkraft, die in den Onlinehandel fließt, nimmt mit rund 2,9 % einen geringen Anteil ein. Monetär entspricht dieser rund 37,7 Mio. Euro.
- In der Warengruppe Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel beträgt die stationäre einzelhandelsrelevante Kaufkraft rund 194,4 Mio. Euro. Der Onlineanteil umfasst rund 11,9 % bzw. 26,2 Mio. Euro.
- Die Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften hat im Vergleich zu den übrigen nahversorgungsrelevanten Warengruppen mit rund 25,1 % (24,8 Mio. Euro) einen hohen Onlineanteil. Die stationäre einzelhandelsrelevante Kaufkraft beträgt hier 74,2 Mio. Euro.

### 4.2.3 Zentrenrelevante Sortimente (Einzelhandelskonzentration)

Insgesamt leben im Untersuchungsraum B (siehe dazu Karte 4) rund 545.900 Einwohnerinnen und Einwohner mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Warengruppen von rund 808,9 Mio. Euro. Eine Übersicht über die nachfrageseitigen Kennwerte (Bevölkerung im Untersuchungsraum nach Gemeinden in Brandenburg bzw. im Bezirk Pankow und deren sortimentspezifische, einzelhandelsrelevante Kaufkraft, stationär und online (Berechnung auf Grundlage von IFH Köln 2025) gibt Tabelle 5.

- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau im Untersuchungsraum liegt mit einem Wert von 101,34 über dem Bundesdurchschnitt. Es wird deutlich beeinflusst durch das Kaufkraftniveau in einzelnen Gemeinden mit Brandenburger Umland. Dazu zählen Glienicke/Nordbahn (115,92), Mühlenbecker Land (108,35), Panketal (110,04) und Wandlitz (104,69). Daneben weist der Bezirk Pankow ein nahezu durchschnittliches, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 100,34 auf, während das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau der Gemeinde Bernau bei Berlin mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer<sup>29</sup> von 98,75 unter dem Bundesdurchschnitt liegt.
- In Abhängigkeit von der Bevölkerung und dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau entfällt das mit Abstand größte einzelhandelsrelevante stationäre Kaufkraftvolumen in den zentrenrelevanten Warengruppen mit rund 627,0 Mio. Euro auf den Bezirk Pankow. Die Kommunen im Brandenburger Umland verfügen jeweils über deutlich geringere Einwohnerzahlen zwischen rund 12.200 Einwohnerinnen und Einwohner (Glienicke/Nordbahn) und 45.750 Einwohnerinnen und Einwohner (Bernau bei Berlin) und weisen entsprechend deutlich geringere stationäre Kaufkraftpotenziale in den untersuchungsrelevanten Warengruppen zwischen 21,5 Mio. Euro (Glienicke/Nordbahn) und 62,2 Mio. Euro (Bernau bei Berlin) auf.
- Sortimentsspezifisch prägende Anteile der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten, zentrenrelevanten Warengruppen im gesamten Untersuchungsraum B entfallen auf die Warengruppen Bekleidung (rund 171,7 Mio. Euro), Neue Medien, Unterhaltungselektronik (rund 132,7 Mio. Euro), und Sportartikel, Fahrräder und Camping (zusammen rund 106,2 Mio. Euro).
- Der Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der in den Onlinehandel fließt beläuft sich durchschnittlich auf rund 30 %. Dabei gibt es einzelne Warengruppen, die teilweise deutlich überdurchschnittliche Werte aufweisen, wie Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien (rund 50 %), Bekleidung (rund 44 %), Neue Medien, Unterhaltungselektronik (rund 43 %) und Schuhe/Lederwaren (rund 39 %)

<sup>29</sup> Die jährlich vom IFH Köln veröffentlichten Kaufkraftkennziffern vermitteln das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

**Tabelle 5: Kennwerte zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Untersuchungsraum B - Zentrenrelevante Sortimente (Einzelhandelskonzentration)**

	Berlin-Pankow		Bernau bei Berlin		Glienicke/Nordbahn		Mühlenbecker Land		Panketal		Wandlitz		Summe (Untersuchungsraum B)		
Einwohner (gerundete Werte)	427.250		45.750		12.200		16.150		21.100		23.450		545.900		
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	100,34		98,75		115,29		108,35		110,04		104,69		101,34 (gewichtet)		
<b>Warengruppenspezifische Kaufkraft in Mio. Euro</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>gesamt</b>
Zoo-/Heimtierbedarf	19,8	3,7	2,0	0,5	0,6	0,1	0,8	0,1	1,0	0,2	1,1	0,2	25,4	4,8	30,1
Blumen, Topfpflanzen und Blumentöpfe (in Verkaufsräumen)	32,2	6,0	3,3	0,7	1,0	0,2	1,3	0,2	1,7	0,3	1,8	0,3	41,4	7,7	49,0
Bekleidung	133,2	103,7	13,0	11,7	4,6	3,7	5,6	4,4	7,6	5,8	7,8	6,0	171,7	135,3	37,1
Schuhe/Lederwaren	39,6	24,8	3,8	2,9	1,4	0,9	1,7	1,1	2,2	1,4	2,3	1,4	51,0	32,5	83,5
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	31,2	6,3	3,1	0,8	1,1	0,2	1,3	0,3	1,8	0,4	1,8	0,4	40,4	8,4	48,7
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	34,8	35,1	3,3	4,0	1,2	1,2	1,5	1,5	2,0	2,0	2,0	2,0	44,7	45,8	90,6
Fahrräder und Zubehör	42,9	14,6	4,3	1,5	1,5	0,5	1,8	0,6	2,4	0,8	2,5	0,8	55,5	18,8	74,2
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote) und Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte	39,2	13,4	3,9	1,7	1,4	0,5	1,7	0,6	2,2	0,8	2,3	0,8	50,7	17,8	68,5
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	11,5	2,5	1,2	0,3	0,4	0,1	0,5	0,1	0,6	0,1	0,7	0,1	14,8	3,2	18,1
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	36,3	21,1	3,6	1,4	1,2	0,4	1,5	0,5	2,0	0,7	2,1	0,7	46,9	24,8	71,5
Elektrische Haushalts-Großgeräte	22,7	14,1	2,2	2,6	0,8	0,8	1,0	1,0	1,3	1,3	1,3	1,3	29,2	21,1	50,4
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	102,9	78,1	10,2	8,7	3,5	2,7	4,3	3,3	5,8	4,3	6,0	4,5	132,7	101,6	234,3
Augenoptik	31,9	9,3	3,3	1,0	1,1	0,3	1,4	0,4	1,8	0,5	1,9	0,5	41,4	12,0	53,4
Foto, Optik	17,4	5,0	1,8	0,6	0,6	0,2	0,7	0,2	1,0	0,3	1,0	0,3	22,6	6,6	29,1
Uhren/Schmuck	31,3	8,9	3,1	1,0	1,2	0,3	1,4	0,4	1,8	0,5	1,9	0,5	40,7	11,6	52,3
<b>Summe*</b>	<b>627,0</b>	<b>346,6</b>	<b>62,2</b>	<b>39,4</b>	<b>21,5</b>	<b>12,1</b>	<b>26,3</b>	<b>14,7</b>	<b>35,4</b>	<b>19,4</b>	<b>36,5</b>	<b>19,8</b>	<b>808,9</b>	<b>452,0</b>	<b>1.260,8</b>

\* nur untersuchungsrelevante Warengruppen

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Darstellungen und Berechnungen Junker + Kruse; IFH Köln 2025; Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2024

**Tabelle 6: Kennwerte zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Untersuchungsraum C – Nicht zentrenrelevante (Kern-)Sortimente und zentrenrelevante (Rand-)Sortimente (Fachmarkttagglomeration Möbel)**

	Berlin											
	Friedrichshain-Kreuzberg		Lichtenberg (anteilig)		Marzahn-Hellersdorf (anteilig)		Mitte		Pankow		Reinickendorf (anteilig)	
Einwohner (gerundete Werte)	292.600		198.000		119.600		397.000		427.250		185.400	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	92,36		94,45		92,39		92,36		100,34		95,45	
<b>Warengruppenspezifische Kaufkraft in Mio. Euro</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>
<b>nicht zentrenrelevantes Kernsortiment</b>												
Bodenbeläge/Teppiche	2,8	0,6	2,0	0,4	1,2	0,3	3,8	0,8	4,6	1,0	1,9	0,4
Möbel	94,0	11,0	66,2	7,7	38,4	4,5	127,5	14,9	158,8	18,6	63,1	7,4
<b>zentrenrelevantes Randsortiment</b>												
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	18,3	3,7	12,9	2,6	7,5	1,5	24,8	5,0	31,2	6,3	12,3	2,5
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	10,2	11,4	7,1	7,9	4,2	4,6	13,9	15,4	16,8	18,6	6,8	7,5
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	7,1	1,6	4,9	1,1	2,9	0,6	9,6	2,1	11,5	2,5	4,7	1,0
Elektrische Haushaltsgeräte und Leuchten	21,7	12,9	15,2	9,1	8,9	5,3	29,4	17,6	36,3	21,7	14,5	8,7
Elektrische Haushalts-Großgeräte	13,5	8,1	9,5	5,7	5,5	3,3	18,4	10,9	22,7	13,5	9,1	5,4
<b>Summe*</b>	<b>167,6</b>	<b>49,3</b>	<b>117,9</b>	<b>34,5</b>	<b>68,5</b>	<b>20,1</b>	<b>227,4</b>	<b>66,7</b>	<b>281,8</b>	<b>82,2</b>	<b>112,3</b>	<b>32,9</b>

	Brandenburg											Summe (Untersuchungsraum C)	
	Bernau bei Berlin		Glienicke/Nordbahn		Mühlenbecker Land		Panketal		Wandlitz				
Einwohner (gerundete Werte)	45.750		12.200		16.150		21.100		23.450		1.738.550		
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	98,75		115,29		108,35		110,04		104,69		95,74 (gewichtet)		
<b>Warengruppenspezifische Kaufkraft in Mio. Euro</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>stationär</b>	<b>online</b>	<b>gesamt</b>
<b>nicht zentrenrelevantes Kernsortiment</b>													
Bodenbeläge/Teppiche	0,5	0,1	0,2	0,0	0,2	0,0	0,3	0,1	0,3	0,1	17,6	3,8	21,6
Möbel	16,1	2,4	5,5	0,7	6,7	0,8	9,0	1,0	9,3	1,1	594,8	70,1	664,7
<b>zentrenrelevantes Randsortiment</b>													
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	3,1	0,8	1,1	0,2	1,3	0,3	1,8	0,4	1,8	0,4	116,3	23,7	139,8
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	1,7	2,0	0,5	0,7	0,7	0,8	0,9	1,1	0,9	1,1	63,7	71,1	134,8
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	1,2	0,3	0,4	0,1	0,5	0,1	0,6	0,1	0,7	0,1	44,1	9,6	53,7
Elektrische Haushaltsgeräte und Leuchten	3,6	2,5	1,2	0,7	1,5	0,9	2,0	1,2	2,1	1,2	136,6	81,8	218,2
Elektrische Haushalts-Großgeräte	2,2	1,5	0,8	0,5	1,0	0,6	1,3	0,8	1,3	0,8	85,2	51,1	136,4
<b>Summe*</b>	<b>28,4</b>	<b>9,6</b>	<b>9,8</b>	<b>2,9</b>	<b>11,9</b>	<b>3,5</b>	<b>15,9</b>	<b>4,7</b>	<b>16,4</b>	<b>4,8</b>	<b>1.058,3</b>	<b>311,2</b>	<b>1.369,2</b>

\* nur untersuchungsrelevante Warengruppen

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Darstellungen und Berechnungen Junker + Kruse; IFH Köln 2025; Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2024

#### 4.2.4 Nicht zentrenrelevante Sortimente und zentrenrelevante Randsortimente (Fachmarkttagglomeration Möbel)

Insgesamt leben im Untersuchungsraum C (siehe dazu Karte 5) rund 1.738.550 Einwohnerinnen und Einwohner. Ihnen steht in den untersuchungsrelevanten Warengruppen eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von insgesamt rund 1,369 Mrd. Euro zur Verfügung. Davon fließen rund 1,058 Mrd. Euro in den stationären Einzelhandel, während 0,311 Mrd. bzw. rund 23 % dem Onlinehandel zugutekommen. Eine Übersicht über die nachfrageseitigen Kennwerte (Bevölkerung im Untersuchungsraum nach Gemeinden in Brandenburg bzw. im Bezirk Pankow und deren sortimentspezifische, einzelhandelsrelevante Kaufkraft, stationär und online (Berechnung auf Grundlage von IFH Köln 2025) gibt Tabelle 6.

- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau im Untersuchungsraum C liegt mit einem Wert von 95,74 unter dem Bundesdurchschnitt. Es wird deutlich beeinflusst durch das Kaufkraftniveau in den Berliner Bezirken. Dazu zählen Friedrichshain-Kreuzberg (92,36), Lichtenberg (94,45), Marzahn-Hellersdorf (92,39), Mitte (92,36) und Reinickendorf (95,45). Auch die Gemeinde Bernau bei Berlin hat ein unterdurchschnittliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 98,75, während das des Bezirks Pankow mit einem Wert von 100,34 nahezu im Durchschnitt liegt. Werte über dem bundesdurchschnittlichen Indexwert (100) weisen einzelne Gemeinden mit Brandenburger Umland auf, dazu zählen Glienicke/Nordbahn (115,92), Mühlenbecker Land (108,35), Panketal (110,04) und Wandlitz (104,69).
- In Abhängigkeit von der Bevölkerung und dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau entfällt das größte einzelhandelsrelevante stationäre Kaufkraftvolumen in den nicht zentrenrelevanten Warengruppen mit rund 163,4 Mio. Euro auf den Bezirk Pankow. Prägende Anteile weisen auch die Berliner Bezirke im Untersuchungsraum auf, während die Kommunen im Brandenburger Umland nicht zuletzt aufgrund deutlich geringerer Einwohnerzahlen zwischen rund 12.200 Einwohnerinnen und Einwohner (Glienicke/Nordbahn) und 45.750 Einwohnerinnen und Einwohner (Bernau bei Berlin) entsprechend deutlich geringere stationäre Kaufkraftpotenziale in den nicht zentrenrelevanten, untersuchungsrelevanten Warengruppen zwischen rund 5,7 Mio. Euro (Glienicke/Nordbahn) und rund 16,6 Mio. Euro (Bernau bei Berlin) aufweisen.
- Der sortimentspezifisch prägende Anteil der einzelhandelsrelevanten, stationären Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten, nicht zentrenrelevanten Warengruppen im gesamten Untersuchungsraum C entfällt auf die Warengruppe Möbel (rund 594,8 Mio. Euro). Bei den zentrenrelevanten Randsortimenten liegen Schwerpunkte der einzelhandelsrelevanten, stationären Kaufkraft in den Warengruppen Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (116,3 Mio. Euro) sowie Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten (136,6 Mio. Euro).
- Bei den Anteilen der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, die in den Onlinehandel fließen zeigen sich warengruppenspezifisch deutliche Unterschiede. In der prägenden Warengruppe des Kernsortiments Möbel beläuft sich der Anteil auf rund 10,5 % (70,1 Mio. Euro im Untersuchungsraum C), während die zentrenrelevanten Randsortimente durchschnittlich einen Onlineanteil von 34,7 % (insgesamt 237,3 Mio. Euro) aufweisen. Deutlich überdurchschnittlich zeigt sich dabei die Warengruppe Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen mit 52,7 % (insgesamt 71,1 Mio. Euro im Untersuchungsraum C).

## 4.3 Angebotssituation im Untersuchungsraum

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen auf die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 11 (3) BauNVO. Darüber hinaus wurden flächendeckend auch die Verkaufsflächen aller weiteren relevanten Angebotsstandorte erhoben und in die Analyse eingestellt (vgl. Kapitel 2). In den nachfolgenden Kapiteln wird differenziert für die Untersuchungsräume A, B, und C warengruppenspezifisch ein Überblick über das vorhabenrelevante Angebot (Verkaufsflächen, Umsätze) gegeben.

Die aktuellen Umsatzzahlen wurden auf Basis der ermittelten Verkaufsflächen geschätzt. Dabei wurden bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, die unter Berücksichtigung der konkreten Situation vor Ort angepasst wurden. Zu den verwendeten Parametern zählen insbesondere die unterschiedlichen Flächenproduktivitäten (Euro/m<sup>2</sup>) der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der räumlich detaillierten Angebotsstrukturen im gesamten Untersuchungsraum.

### 4.3.1 Nahversorgungsrelevante Sortimente – Untersuchungsraum A

Einen Überblick über das Angebot im Untersuchungsraum A (siehe dazu Kapitel 4.1.1) in den zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten der Einzelhandelskonzentration gibt Tabelle 7.

**Tabelle 7: Verkaufsflächen und Umsätze im Untersuchungsraum A – Nahversorgungsrelevante Sortimente**

Warengruppen	Berlin			
	Pankow		Mitte <sup>2</sup>	
	Verkaufsfläche <i>in m<sup>2</sup></i>	Umsatz <i>in Mio. Euro</i>	Verkaufsfläche <i>in m<sup>2</sup></i>	Umsatz <i>in Mio. Euro</i>
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	150.600	1.107,3	11.250	76,0
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	25.700	251,2	3.350	31,1
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	7.450	37,6	1.200	5,8
<b>Summe<sup>1</sup></b>	<b>183.750</b>	<b>1.396,2</b>	<b>15.850</b>	<b>113,0</b>

<sup>1</sup> jeweils nur untersuchungsrelevante nahversorgungsrelevante Warengruppen

<sup>2</sup> nur Stadtteilzentrum Badstraße

Hinweise:

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) kann der tatsächliche Verkaufsflächenbestand in den jeweiligen Kommunen/Bezirken höher ausfallen.

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung 07-09/2025 Junker + Kruse; Berechnungen Junker + Kruse

- Im Untersuchungsraum A werden von den ansässigen Betrieben im Bezirk Pankow sowie im Stadtteilzentrum Badstraße in Mitte in den untersuchten nahversorgungsrelevanten Sortimenten bei einer Verkaufsfläche von rund 199.600 m<sup>2</sup> knapp 1.509 Mio. Euro Umsatz erzielt.
- Auf die Warengruppe Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren entfallen mit einem Umsatz von insgesamt rund 1.183,3 Mio. Euro rund 78,4 % des Umsatzvolumens der untersuchungsrelevanten nahversorgungsrelevanten Sortimente. Die Warengruppen Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel sowie Papier/Bürobedarf/Schreibwaren (282,3 Mio. Euro bzw. 18,7 %) sowie Bücher, Zeitungen/Zeitschriften (43,4 Mio. Euro bzw. 2,9 %) nehmen demgegenüber einen geringeren quantitativen Stellenwert ein.

### 4.3.2 Zentrenrelevante Sortimente – Untersuchungsraum B

Einen Überblick über das Angebot im Untersuchungsraum B (siehe dazu Kapitel 4.1.2) in den zentrenrelevanten Sortimenten der Einzelhandelskonzentration geben Tabelle 8 und Tabelle 9.

- Insgesamt wurden in den untersuchungsrelevanten zentrenrelevanten Warengruppen (Untersuchungsraum B) rund 119.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erfasst, auf der ein Umsatz von rund 473,5 Mio. Euro erwirtschaftet wird. Knapp ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche entfällt mit rund 37.750 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf die Warengruppe Bekleidung. Mit rund 110,4 Mio. Euro wird in dieser Warengruppe auch nahezu ein Viertel des Umsatzes im Untersuchungsraum B erzielt. Monetär bedeutend sind darüber hinaus die Warengruppen Neue Medien, Unterhaltungselektronik mit einem Umsatz von rund 88,3 Mio. Euro (19 % des Gesamtumsatzes im Untersuchungsraum B) sowie Fahrräder und Zubehör mit einem Umsatz von rund 60,4 Mio. Euro (13 % des Gesamtumsatzes im Untersuchungsraum B).
- Der wesentliche Verkaufsflächen- und Umsatzanteil kommt erwartungsgemäß dem Bezirk Pankow (rund 78.450 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rund 321,5 Mio. Euro Umsatz in den untersuchten zentrenrelevanten Sortimenten) zu.
- Prägende Größenordnungen der Verkaufsflächen- und Umsatzanteile entfallen mit rund 20.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rund 88,8 Mio. Euro Umsatz auf den Bezirk Mitte, wobei hier lediglich das untersuchungsrelevante Angebot im Stadtteilzentrum Badstraße erfasst wurde (vgl. Kapitel 4.1.2).
- In den Umlandkommunen weist Bernau bei Berlin mit rund 13.900 m<sup>2</sup> das größte projektrelevante Verkaufsflächenangebot auf. Hier wird ein Umsatz von 52,1 Mio. Euro erwirtschaftet. In den übrigen Gemeinden in den untersuchungsrelevanten Gemeinden in Brandenburg wird ein deutlich geringeres Verkaufsflächenangebot vorgehalten (Glienicke/Nordbahn 800 m<sup>2</sup>, Mühlenbecker Land rund 550 m<sup>2</sup>, Panketal rund 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und Wandlitz rund 3.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Die hier generierten Umsätze liegen bei insgesamt rund 10,9 Mio. Euro. Der Schwerpunkt liegt dabei in der Warengruppe Bekleidung mit einer Verkaufsfläche von 2.150 m<sup>2</sup> und einem Umsatz von rund 3,1 Mio. Euro.

**Tabelle 8: Verkaufsflächen in untersuchungsrelevanten Berliner Bezirken und Brandenburger Gemeinden im Untersuchungsraum B – Zentrenrelevante Sortimente**

Warengruppe/Sortiment	Verkaufsflächen (gerundete Werte)							
	Berlin		Brandenburg					Summe
	Pankow	Mitte <sup>2</sup>	Bernau bei Berlin	Glienicke/Nordbahn	Mühlenbecker Land	Panketal	Wandlitz	
<i>in m<sup>2</sup></i>	<i>in m<sup>2</sup></i>	<i>in m<sup>2</sup></i>	<i>in m<sup>2</sup></i>	<i>in m<sup>2</sup></i>	<i>in m<sup>2</sup></i>	<i>in m<sup>2</sup></i>	<i>in m<sup>2</sup></i>	
Zoo-/Heimtierbedarf	7.250	200	850	-	<50	<50	250	<b>8.600</b>
Blumen/Topfpflanzen (Indoor)	2.650	100	400	100	-	<50	100	<b>3.350</b>
Bekleidung	20.550	9.750	5.300	400	400	600	750	<b>37.750</b>
Schuhe/Lederwaren	6.100	1.350	1.650	-	<50	50	<50	<b>9.150</b>
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	7.300	1.350	1.750	50	<50	200	950	<b>11.650</b>
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	2.400	450	350	-	<50	100	100	<b>3.400</b>
Fahrräder und Zubehör	10.100	500	250	<50	<50	<50	50	<b>11.000</b>
Sport- und Campingartikel <sup>3</sup> und Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte	2.800	1.250	450	-	-	<50	450	<b>4.950</b>
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	5.400	1.150	400	<50	<50	100	200	<b>7.250</b>
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	3.150	700	550	<50	-	<50	50	<b>4.500</b>
Elektrische Haushalts-Großgeräte	1.700	500	300	<50	-	-	-	<b>2.550</b>
Augenoptik	1.650	400	200	<50	-	<50	100	<b>2.400</b>
Foto, Optik	50	100	150	-	-	-	-	<b>300</b>
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	6.150	2.700	1.200	<50	-	<50	100	<b>10.250</b>
Uhren/Schmuck	1.200	500	150	-	-	<50	<50	<b>1.900</b>
<b>Summe<sup>1</sup></b>	<b>78.450</b>	<b>20.900</b>	<b>13.900</b>	<b>800</b>	<b>550</b>	<b>1.200</b>	<b>3.200</b>	<b>119.000</b>

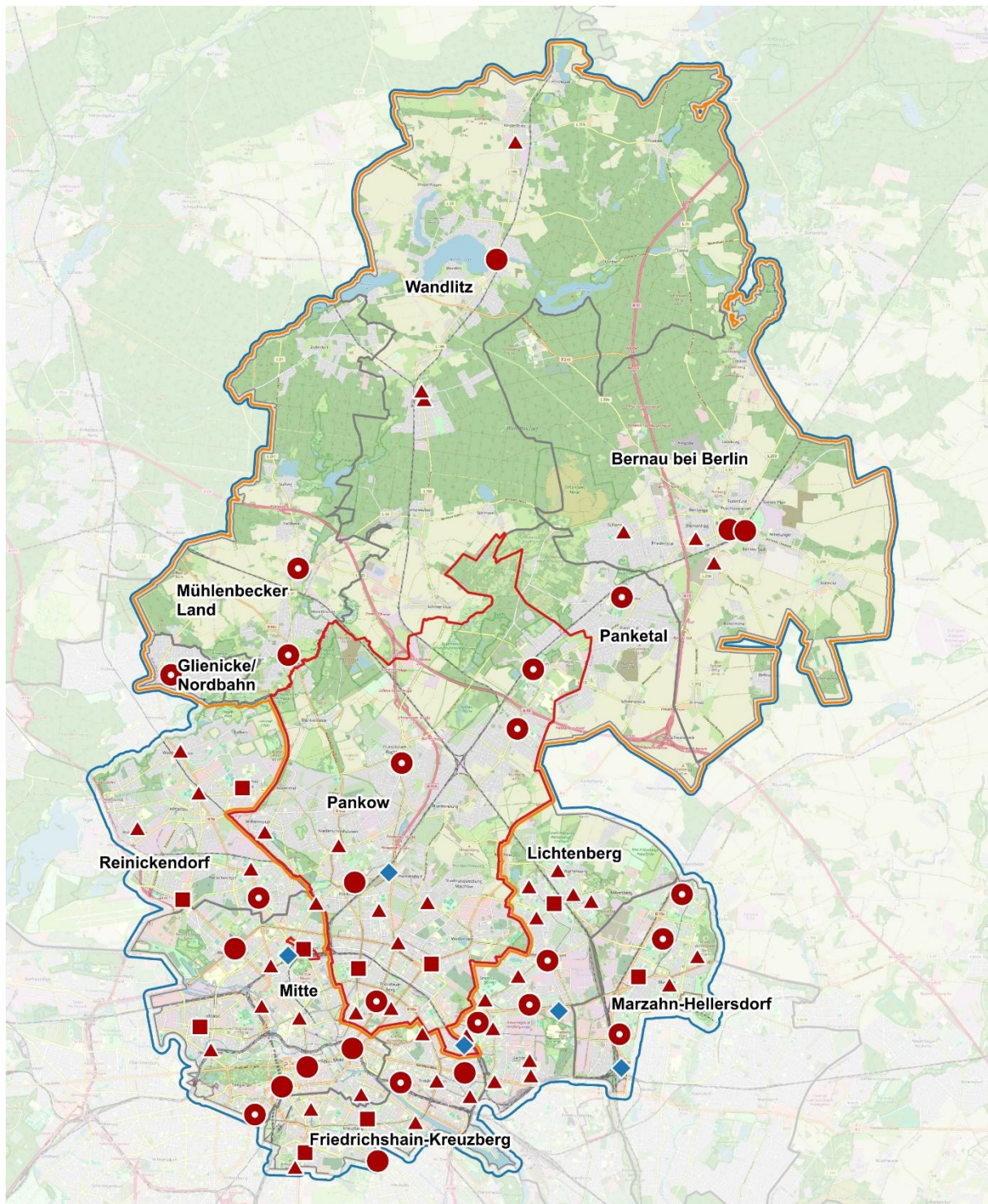
<sup>1</sup> jeweils nur untersuchungsrelevante zentrenrelevante Warengruppen; <sup>2</sup> nur Stadtteilzentrum Badstraße, <sup>3</sup> ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote  
 Hinweise: Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen. Aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) kann der tatsächliche Verkaufsflächenbestand in den jeweiligen Kommunen/Bezirken höher ausfallen.  
 Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung 07-09/2025 Junker + Kruse; Berechnungen Junker + Kruse

**Tabelle 9: Geschätzte Umsätze in untersuchungsrelevanten Berliner Bezirken und Brandenburger Gemeinden im Untersuchungsraum B – Zentrenrelevante Sortimente**

Warengruppe/Sortiment	Umsatz (gerundete Werte)							
	Berlin		Brandenburg					Summe
	Pankow	Mitte <sup>2</sup>	Bernau bei Berlin	Glienicke/Nordbahn	Mühlenbecker Land	Panketal	Wandlitz	
<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>	
Zoo-/Heimtierbedarf	14,5	0,6	1,7	-	<0,1	<0,1	0,4	<b>17,4</b>
Blumen, Topfpflanzen (Indoor)	7,7	0,3	1,1	0,3	-	0,1	0,3	<b>9,7</b>
Bekleidung	62,3	28,3	16,6	1,0	<0,1	0,8	1,3	<b>110,4</b>
Schuhe/Lederwaren	22,7	4,4	5,8	-	<0,1	<0,1	<0,1	<b>33,0</b>
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	21,3	3,2	5,2	<0,1	<0,1	0,1	0,6	<b>30,3</b>
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	9,9	1,6	1,3	-	<0,1	0,2	0,2	<b>13,2</b>
Fahrräder und Zubehör	55,2	2,9	1,4	0,3	0,3	<0,1	0,3	<b>60,4</b>
Sport- und Campingartikel <sup>3</sup> und Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte	8,5	3,0	1,5	-	-	<0,1	1,5	<b>14,6</b>
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	9,3	1,6	0,9	<0,1	<0,1	0,1	0,3	<b>12,2</b>
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	17,6	5,9	3,0	<0,1	-	<0,1	<0,1	<b>26,6</b>
Elektrische Haushalts-Großgeräte	11,4	4,1	1,9	<0,1	-	-	-	<b>17,4</b>
Augenoptik	13,0	2,6	1,4	0,4	-	0,3	0,7	<b>18,4</b>
Foto, Optik	0,6	0,6	0,0	-	-	-	-	<b>1,2</b>
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	53,6	25,2	8,4	0,3	-	<0,1	0,7	<b>88,3</b>
Uhren/Schmuck	13,7	4,4	2,0	-	-	<0,1	0,2	<b>20,3</b>
<b>Summe<sup>1</sup></b>	<b>321,5</b>	<b>88,8</b>	<b>52,1</b>	<b>2,3</b>	<b>0,4</b>	<b>1,7</b>	<b>6,6</b>	<b>473,5</b>

<sup>1</sup> jeweils nur untersuchungsrelevante zentrenrelevante Warengruppen; <sup>2</sup> nur Stadtteilzentrum Badstraße, <sup>3</sup> ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote  
 Hinweise: Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen. Aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) kann der tatsächliche Verkaufsflächenbestand in den jeweiligen Kommunen/Bezirken höher ausfallen.  
 Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung 07-09/2025 Junker + Kruse; Berechnungen Junker + Kruse

Karte 6: Lage der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum



- |                                     |                               |
|-------------------------------------|-------------------------------|
| ● Zentrumsbereichskern/Hauptzentrum | □ Untersuchungsraum A         |
| ■ Stadtteil- und Nebenzentrum       | □ Untersuchungsraum B         |
| ● Orts(teil)zentrum                 | □ Untersuchungsraum C         |
| ▲ Nahversorgungszentrum             | □ Bezirksgrenzen Berlin       |
| ◆ Fachmarktglomeration              | □ Gemeindegrenzen Brandenburg |



Quelle: Darstellung Junker + Kruse gem. bezirklicher und kommunaler Einzelhandelskonzepte; Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-S

Da die Verträglichkeitsanalyse gemäß § 11 (3) BauNVO sowohl auf die Ermittlung städtebaulicher Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum als auch auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art abstellt, sind in Anhang 2 des Gutachtens (Tabelle 24 bis Tabelle 27) die angebotsseitigen Kenndaten (Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze) nach Lagen (zentraler Versorgungsbereich, sonstige städtebaulich integrierte Lage, Fachmarkttagglomeration und sonstige städtebaulich nicht integrierte Lage) unter besonderer Berücksichtigung der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche mit dem untersuchungsrelevanten Angebot detailliert aufgeführt<sup>30</sup>. Einen Überblick über die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum gibt zudem Karte 6.

- Insgesamt werden in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum B in den untersuchten nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen auf rund 201.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche rund 1,20 Mrd. Euro Umsatz generiert. Dies entspricht rund 61 % der entsprechenden, erhobenen Verkaufsfläche und des ermittelten Umsatzvolumens im Untersuchungsraum B insgesamt.
- Das Stadtteilzentrum Badstraße im Bezirk Mitte verfügt unter den zentralen Versorgungsbereichen mit rund 36.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rund 202 Mio. Euro Umsatz in den untersuchten zentrenrelevanten Warengruppen über das mit Abstand umfangreichste Angebot. Es folgen das Hauptzentrum Pankow (rund 23.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rund 154 Mio. Euro Umsatz), das Stadtteilzentrum Schönhauser Allee (rund 28.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rund 149 Mio. Euro Umsatz) sowie das Stadtteilzentrum Greifswalder Straße Nord (rund 16.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rund 105 Mio. Euro Umsatz).
- In den Umlandkommunen befindet sich das quantitativ größte Angebot in der Bernauer Innenstadt, welche die zentralen Versorgungsbereiche A-Zentrum Innenstadt und B-Zentrum EKZ „Bahnhofspassage“ umfasst. In den untersuchten zentrenrelevanten Sortimenten werden hier auf rund 11.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche rund 46 Mio. Euro Umsatz generiert, wobei mehr als drei Viertel des Angebotes auf das B-Zentrum EKZ „Bahnhofspassage“ entfällt. In den zentralen Versorgungsbereichen der übrigen Kommunen fällt das projektrelevante Angebot mit <50 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. 0,1 Mio. Euro Umsatz (zentraler Versorgungsbereich Zentrum Ortsteil Mühlenbeck) bis maximal 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. 5 Mio. Euro Umsatz (zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Wandlitz) jeweils deutlich geringer aus.

#### 4.3.3 Nicht zentrenrelevante Kernsortimente und zentrenrelevante Randsortimente – Fachmarkttagglomeration Möbel

Einen Gesamtüberblick über das untersuchte Angebot in den nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie den zentrenrelevanten Randsortimenten der Fachmarkttagglomeration Möbel (Untersuchungsraum C) geben Tabelle 10 und Tabelle 11.

<sup>30</sup> Da es sich bei den ausgewiesenen Umsatzzahlen der einzelnen Standorte nicht um Echtzahlen, sondern um eigene Schätzungen durch den Gutachter anhand branchenspezifischer Kennwerte handelt, werden Datenschutzbelange dadurch nicht berührt.

- In den untersuchten nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie den zentrenrelevanten Randsortimenten (Fachmarkttagglomeration Möbel) im Untersuchungsraum C beläuft sich die aufsummierte Verkaufsfläche auf rund 272.350 m<sup>2</sup> und das Umsatzvolumen auf rund 675 Mio. Euro. Auf die nicht zentrenrelevanten Kernsortimente entfallen knapp drei Viertel der erhobenen Verkaufsflächen und zwei Drittel des Umsatzvolumens.
- Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche in dem untersuchungsrelevanten Sortiment Möbel auf knapp 193.650 m<sup>2</sup>. Auf dieser Gesamtverkaufsfläche wird ein jährlicher Umsatz von rund 403 Mio. Euro erwirtschaftet.
  - Den höchsten Verkaufsflächenanteil im Sortiment Möbel hat der Bezirk Lichtenberg, der nur anteilig im Untersuchungsraum C liegt, mit 58.600 m<sup>2</sup>. Der höchste Umsatz wird dementsprechend ebenfalls im Bezirk Lichtenberg mit 179 Mio. Euro erwirtschaftet. Auf den Bezirk Pankow kommt ein Verkaufsflächenanteil von rund 13.650 m<sup>2</sup> und ein Umsatzanteil von rund 26 Mio. Euro zu.
  - In den Umlandkommunen fällt das projektrelevante Verkaufsflächenangebot in der Warengruppe Möbel mit etwa 200 m<sup>2</sup> (Mühlenbecker Land) bis maximal 8.300 m<sup>2</sup> (Bernau bei Berlin) jeweils deutlich geringer aus. Die hier generierten Umsätze liegen bei insgesamt rund 16 Mio. Euro. Davon entfallen rund 15 Mio. Euro auf die Gemeinde Bernau bei Berlin.
  - Der größte Einzelanbieter mit mehr als 35.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Sortiment Möbel ist Möbel Höffner in Lichtenberg, gefolgt von Möbel Höffner in Mitte mit über 30.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Drittgrößter Anbieter im Untersuchungsraum ist Kraft in Marzahn-Hellersdorf mit über 25.000 m<sup>2</sup> sortimentspezifischer Verkaufsfläche. Zwei weitere Anbieter im Untersuchungsraum weisen Dimensionierungen von jeweils über 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf. Es wird somit deutlich, dass sich das Vorhaben der Fachmarkttagglomeration Möbel mit 40.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (vgl. Kap. 3) Verkaufsfläche im Sortiment Möbel in die bestehenden Größenstrukturen im Untersuchungsraum einfügen würden.
  - Das Kernsortiment des Vorhabens, Möbel, spielt in den meisten zentralen Versorgungsbereichen nur eine untergeordnete Rolle. Großflächige Anbieter innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum befinden sich in den Bezirken Friedrichshain-Kreuzberg und Reinickendorf. Beispielsweise existiert in dem Nahversorgungszentrum Hohenschönhauser Tor ein großflächiger Anbieter. Auch andere zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsgebiet weisen Möbelanbieter auf, wobei es sich überwiegend um kleinflächige Fachhändler handelt.
- Die zentrenrelevanten Randsortimente im Untersuchungsraum C weisen zusammen eine Verkaufsfläche von rund 72.000 m<sup>2</sup> und ein Umsatzvolumen 222 Mio. Euro auf. Den höchsten Verkaufsflächenanteil entfällt auf die Warengruppe Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen mit rund 22.350 m<sup>2</sup>. Das höchste Umsatzvolumen wird hingegen im Sortiment Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten mit rund 65 Mio. Euro erwirtschaftet.

**Tabelle 10: Verkaufsflächen in untersuchungsrelevanten Berliner Bezirken und Brandenburger Gemeinden im Untersuchungsraum C nach Warengruppen/Sortimenten – Fachmarkttagglomeration Möbel**

Warengruppe/ Sortiment	Berlin-						Gemeinden im Brandenburger Umland					Summe
	Friedrichshain-Kreuzberg	Lichtenberg (anteilig)	Marzahn-Hellersdorf (anteilig)	Mitte	Pankow	Reinickendorf (anteilig)	Bernau bei Berlin	Glienicke/Nordbahn	Mühlenbecker Land	Panketal	Wandlitz	
<i>in m<sup>2</sup> (gerundete Werte)</i>												
<b>Nicht Zentrenrelevante Kernsortimente</b>												
Möbel	6.750	58.600	45.200	53.800	13.650	5.700	8.300	350	200	500	650	<b>193.650</b>
Bodenbeläge/ Teppiche	350	1.350	1.900	2.500	400	<50	150	-	-	-	-	<b>6.700</b>
<b>Zentrenrelevante Randsortimente</b>												
Bettwaren, Haus-/ Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	750	3.550	4.950	5.800	5.250	400	1.200	200	<50	150	100	<b>22.350</b>
Elektrische Haus- halts-Kleingeräte und Leuchten	300	2.000	2.400	3.100	3.150	100	550	50	-	<50	-	<b>11.600</b>
Elektrische Haus- halts-Großgeräte	50	300	250	1.050	1.700	-	300	50	-	-	-	<b>3.700</b>
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Ke- ramik	350	2.550	2.550	3.700	7.300	400	1.750	50	<50	200	950	<b>19.850</b>
Einrichtungszube- hör, Kunstgegen- stände	200	3.900	1.850	2.300	5.400	50	400	<50	<50	100	200	<b>14.500</b>
<b>Summe<sup>1</sup></b>	<b>8.750</b>	<b>72.250</b>	<b>59.100</b>	<b>72.250</b>	<b>36.850</b>	<b>6.700</b>	<b>12.650</b>	<b>750</b>	<b>250</b>	<b>950</b>	<b>1.900</b>	<b>272.350</b>

<sup>1</sup> jeweils nur untersuchungsrelevante Warengruppen

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung 07-09/2025 Junker + Kruse; Berechnungen Junker + Kruse

Hinweis: Aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) kann der tatsächliche Verkaufsflächenbestand in den jeweiligen Kommunen/Stadtbezirken höher ausfallen!

**Tabelle 11: Geschätzte Umsätze in untersuchungsrelevanten Berliner Bezirken und Brandenburger Gemeinden im Untersuchungsraum C nach Warengruppen/Sortimenten – Fachmarktglomeration Möbel**

Warengruppe/ Sortiment	Berlin-						Gemeinden im Brandenburger Umland					Summe
	Friedrichs- hain-Kreuz- berg	Lichten- berg (anteilig)	Marzahn- Hellersdorf (anteilig)	Mitte	Pankow	Reinicken- dorf (anteilig)	Bernau bei Berlin	Glienicke/ Nordbahn	Mühlen- becker Land	Panketal	Wandlitz	
<i>in Mio. Euro (gerundete Werte)</i>												
<b>Nicht Zentrenrelevante Kernsortimente</b>												
Möbel	11,5	178,5	66,7	97,9	25,5	7,5	15,1	<0,1	0,6	<0,1	<0,1	<b>403,3</b>
Bodenbeläge/ Teppiche	0,8	5,6	3,1	5,7	1,0	0,0	0,3	-	-	-	-	<b>16,6</b>
<b>Zentrenrelevante Randsortimente</b>												
Bettwaren, Haus-/ Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	0,4	7,1	3,6	5,6	3,2	0,8	1,2	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	<b>22,0</b>
Elektrische Haus- halts-Kleingeräte und Leuchten	1,6	16,5	8,1	18,3	17,6	0,2	3,0	<0,1	-	<0,1	-	<b>65,4</b>
Elektrische Haus- halts-Großgeräte	0,2	2,7	1,8	8,4	11,4	0,0	1,9	<0,1	-	-	-	<b>26,4</b>
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Ke- ramik	1,3	17,2	6,1	12,2	21,3	0,8	5,2	<0,1	<0,1	<0,1	0,6	<b>64,8</b>
Einrichtungszube- hör, Kunstgegen- stände	0,6	22,9	4,1	4,7	9,3	0,1	0,9	<0,1	<0,1	<0,1	0,3	<b>42,9</b>
<b>Summe<sup>1</sup></b>	<b>19,6</b>	<b>250,6</b>	<b>96,8</b>	<b>155,6</b>	<b>112,9</b>	<b>9,4</b>	<b>28,6</b>	<b>0,1</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>	<b>1,1</b>	<b>675,4</b>

<sup>1</sup> jeweils nur untersuchungsrelevante Warengruppen

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung 07-09/2025 Junker + Kruse; Berechnungen Junker + Kruse

Hinweis: Aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) kann der tatsächliche Verkaufsflächenbestand in den jeweiligen Kommunen/Stadtbezirken höher ausfallen!

## 5 Potenzielle Auswirkungen der Vorhaben

Im Rahmen der vorliegenden landesplanerischen und städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse werden für die zu untersuchende Vorhabendimensionierung die induzierten Umsatzumverteilungen errechnet und – nicht zuletzt auch unter regionalen Gesichtspunkten (i. S. v. § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) – hinsichtlich ihrer städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit bewertet.

### 5.1 Annahmen zur Umsatzherkunft der Vorhaben

Bei der absatzwirtschaftlichen Einordnung der Vorhaben wird durch ein realitätsnahes städtebauliches Worst-Case-Szenario der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen. Zur Bestimmung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der Vorhaben werden die untersuchungsrelevanten Verkaufsflächen und Umsätze der in Kapitel 4 dargestellten Wettbewerbsstandorte in eine Gravitationsrechnung eingestellt. Zu diesem Zwecke werden, basierend auf den in Kapitel 3 (Tabelle 2 und Tabelle 3) aufgelisteten, maximalen warengruppenspezifischen Verkaufsflächen und Umsätzen der Vorhaben sowie der Analyse der Rahmenbedingungen in Kapitel 4, Annahmen zur Höhe des gegenüber den Untersuchungsstandorten im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Umsatzes getroffen:

- In den kommenden Jahren wird für den Bezirk Pankow (nach starkem Wachstum in den letzten Jahren) ein Einwohnerzuwachs prognostiziert. In der gesamtstädtischen Prognose der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen, Berlin von 2025<sup>31</sup> wird die Einwohnerzahl bis zum Jahr 2030 auf rund 438.100 Einwohner steigen (+2,5 % bzw. +10.800 Einwohner gegenüber 2024). Daraus resultiert ein wachsendes Kaufkraftpotential im Bezirk Pankow in den untersuchungsrelevanten Warengruppen von zusätzlich rund 64 Mio. Euro. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Einzelvorhaben etwa 15 % in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen und etwa 25 % in den zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Warengruppen dieser zusätzlichen Kaufkraft binden können, so dass sich dies mindernd auf den umverteilungsrelevanten Umsatz in den Warengruppen auswirkt. Dadurch kann zusätzlich insgesamt eine Kaufkraft von rund 12 Mio. Euro durch die Vorhaben gebunden werden.
- Hinzu kommt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial, das durch die Wohnbebauung am Pankower Tor mittelfristig entstehen wird. Bei einer angenommenen zusätzlichen Einwohnerzahl von 4.000 Einwohnerinnen und Einwohnern ergibt sich für die untersuchungsrelevanten Warengruppen eine Summe von rund 25 Mio. Euro. Es kann davon ausgegangen werden, dass im Zuge der Vorhabenrealisierung etwa 75 % in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen und etwa 65 % in den zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Warengruppen dieser zusätzlichen Kaufkraft am Standort gebunden werden können, so dass

---

<sup>31</sup> a.a.O.

sich dies mindernd auf den umverteilungsrelevanten Umsatz in den Warengruppen auswirkt. Dadurch kann zusätzlich insgesamt eine Kaufkraft von rund 16 Mio. Euro durch die Vorhaben gebunden werden.

- Im Bezirk Pankow weist die einzelhandelsrelevante Zentralität in bestimmten Warengruppen sehr niedrige Werte auf, die auf deutliche Kaufkraftabflüsse hinweisen. Bei Kaufkraftbindungen von weniger als 40 % ist bei entsprechendem Angebot im Rahmen des Vorhabens von relevanten Kaufkraftrückgewinnen auszugehen. Dies wirkt sich mindernd auf den umverteilungsrelevanten Umsatz in den betreffenden Warengruppen aus. Die zu erwartenden Rückgewinne werden mit max. 10 % der vorhandenen stationären Kaufkraft im Bezirk Pankow unter Berücksichtigung der Konkurrenzsituation im Untersuchungsraum (bzw. mit Blick auf die Rolle des Onlinehandels) sowie der warengruppenspezifischen Angebotsstruktur der Einzelvorhaben angenommen. Für die betroffenen Warengruppen mit einer Zentralität unterhalb der angesetzten Schwelle von 40 % Kaufkraftbindung werden folgende Rückgewinne für die Warengruppen Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen (rund 1,1 Mio. Euro), Möbel (7,9 Mio. Euro), Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien (0,5 Mio. Euro) und Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote) und Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte (3,5 Mio. Euro) angenommen.
- Aufgrund der üblicherweise vorherrschenden Distanzempfindlichkeit der Kunden bei der Versorgung mit Gütern der nahversorgungsrelevanten Warengruppen werden 90 % des potenziellen Vorhabenumsatzes in diesen Warengruppen innerhalb des definierten Untersuchungsraumes umverteilungswirksam. In den zentrenrelevanten Warengruppen werden 80 % des potenziellen Vorhabenumsatzes als umverteilungswirksam angesetzt.
- Es ist zu berücksichtigen, dass sich das Sortiment Möbel generell durch einen großen Einzugsbereich und eine entsprechende Streuung der Auswirkungen auszeichnet; der Einzugsbereich wird somit über den definierten Untersuchungsraum hinausreichen. Mit Blick auf die verkehrsgünstige Lage in der Nähe A 114 bzw. Prenzlauer Promenade (B 109) wird ein Streukundenanteil von 20 % von außerhalb des Untersuchungsraums angenommen, so dass 80 % des Vorhabenumsatzes umverteilungswirksam werden.
- Für einzelne Sortimente war die Berechnung möglicher Umsatzumverteilungen in Form eines Gravitationsmodells nicht möglich. Bei einem geringen umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatz, einer hohen Streuung aufgrund einer Vielzahl von Angebotsstandorten im Untersuchungsraum, der Rolle als Randsortiment oder eines sehr geringen Bestandes (beispielsweise Sortiment Foto, Optik) fallen die zu erwartenden monetären und prozentualen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen regelmäßig sehr gering aus und liegen dabei unterhalb einer zuverlässigen Nachweisbarkeitsschwelle. Daher wurde für einzelne Sortimente (z. B. Augenoptik oder Blumen, Topfpflanzen) eine teilweise rechnerische und argumentative Abschätzung möglicher Auswirkungen angestellt (siehe dazu Kapitel 5.3). Es handelt sich um folgende Sortimente:

### Einzelhandelskonzentration

- Augenoptik (400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- Blumen/Topfpflanzen (Indoor) (300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker) (500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- Baumarktsortiment (3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- Gartenbedarf (3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- Sport- und Freizeitboote und Zubehör (3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- Auto-/Motorradzubehör (außerhalb von Autohäusern) (3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)

### Fachmarkttagglomeration Möbel

- Teppiche/Bodenbeläge (2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)

Unter Berücksichtigung dieser Annahmen werden folgende Berechnungsschritte durchgeführt:

#### 1. Betrachtung der Einzelvorhaben:

- Sortimentsspezifische Modellrechnung zu absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Einzelhandelskonzentration in der geplanten Größenordnung von maximal 20.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche.
- Sortimentsspezifische Modellrechnung zu absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Fachmarkttagglomeration Möbel in der geplanten Größenordnung von maximal 45.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche unter besonderer Berücksichtigung der zentrenrelevanten Randsortimente.

#### 2. Summarische Betrachtung

- zu absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten, die sowohl für die Einzelhandelskonzentration als auch als Randsortimente für die Fachmarkttagglomeration Möbel geplant werden.

Damit sind sowohl die Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum als auch die rechtlichen Maßgaben berücksichtigt. Einen Überblick über das umverteilungsrelevante Umsatzvolumen der Vorhaben nach Warengruppen geben die nachfolgenden Tabellen.

**Tabelle 12: Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz nach Warengruppen**

Warengruppe/Sortiment	Verkaufsfläche <i>in m<sup>2</sup></i>	Flächenproduktivität <i>in Euro/m<sup>2</sup></i>	prognostizierter Umsatz <i>in Mio. Euro</i>	potenzieller Kaufkraft-rückgewinn <i>in Mio. Euro</i>	potenzieller Kaufkraft-zuwachs <i>in Mio. Euro</i>	umverteilungsrelevanter	
						Umsatzanteil	Umsatz <i>in Mio. Euro</i>
<b>Einzelhandelskonzentration</b>							
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	5.000	5.100	25,5		13,7	90 %	10,6
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1.600	6.500	10,4		2,1	90 %	7,5
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	800	4.700	3,8		0,8	90 %	2,7
Bekleidung	7.000	3.000	21,0		1,7	80 %	19,3
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	200	1.700	0,3		0,1	80 %	0,2
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	200	5.100	1,0		0,5	80 %	0,5
Elektrische Haushalts-Großgeräte	650	4.800	3,1		0,3	80 %	2,3
Fahrräder und Zubehör	7.000	4.500	31,5		0,5	80 %	24,8
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	560	2.200	1,2		0,4	80 %	0,7
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	2.000	6.000	12,0		1,3	80 %	8,6
Schuhe/Lederwaren	1.500	3.700	5,6		0,5	80 %	4,0
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	500	3.200	1,6	0,5	0,4	80 %	0,5
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote) und Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte	2.700	2.500	6,8	3,5	0,5	80 %	2,2
Uhren/Schmuck	400	8.500	3,4		0,4	80 %	2,4
Zoo-/Heimtierbedarf	1.000	1.900	1,9		0,2	80 %	1,3

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Warengruppe/Sortiment	Verkaufs- fläche	Flächen- produktivität	prognosti- zierter Umsatz	potenzieller Kaufkraft- rückgewinn	potenzieller Kaufkraft- zuwachs	umverteilungsrelevanter	
						Umsatz- anteil	Umsatz
	<i>in m<sup>2</sup></i>	<i>in Euro/m<sup>2</sup></i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>		<i>in Mio. Euro</i>
<b>Fachmarkttagglomeration Möbel</b>							
Möbel	40.000	1.600	64,0	7,9	2,0	80 %	43,3
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	2.500	2.000	5,0	1,1	0,2	80 %	3,0
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	800	1.700	1,4		0,1	80 %	1,0
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	2.000	5.100	10,2		0,5	80 %	7,8
Elektrische Haushalts-Großgeräte	250	4.800	1,2		0,3	80 %	0,7
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	1.700	1.900	3,2		0,4	80 %	2,3
<b>Summarische Betrachtung in den überschneidenden Warengruppen</b>							
Möbel	43.000	1.600	68,8	8,7	3,9	80 %	44,9
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	1.000	1.700	1,7		0,2	80 %	1,2
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	2.200	5.100	11,2		0,9	80 %	8,3
Elektrische Haushalts-Großgeräte	900	4.800	4,3		0,6	80 %	3,0
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	2.260	2.050	4,5		0,8	80 %	2,9

Quelle: Berechnungen und Annahmen Junker + Kruse nach Abstimmung mit dem Vorhabenträger, durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen (auch in anderen Tabellen) kommen

Im Folgenden werden – nach Berechnungsschritten differenziert – die Analyseergebnisse in Bezug auf das mögliche monetäre Umverteilungspotenzial in den einzelnen Warengruppen mit einer Einschätzung der möglichen städtebaulichen und/oder versorgungsstrukturellen Folgewirkungen dargestellt.

## 5.2 Ergebnisse der Berechnungen – Absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Vorhaben gemäß Prüfauftrag

Die Realisierung der Vorhaben und Generierung der in den Tabelle 12 aufgezeigten Umsätze würde mit Blick auf die zuvor dargestellten absatzwirtschaftlichen Kennwerte im Untersuchungsraum zu den nachfolgend dargestellten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen führen. Da im Rahmen der vorliegenden Untersuchung gemäß § 11 (3) BauNVO die konkrete Einordnung der geplanten Vorhaben sowohl hinsichtlich möglicher negativer Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum als auch im Hinblick auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art relevant ist, werden nachfolgend die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten Umsatzumverteilungseffekte auf die im Untersuchungsraum befindlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die sonstigen relevanten Einzelhandelslagen aufgeführt. Die Darstellung der sonstigen relevanten Einzelhandelslagen erfolgt differenziert nach sonstigen städtebaulich integrierten und städtebaulich nicht integrierten Lagen. Dabei findet eine Unterscheidung nach Berliner Bezirken und Kommunen in Brandenburg statt.

Die nachfolgende Darstellung der Ergebnisse gliedert sich wie folgt:

### **Absatzwirtschaftliche Auswirkungen – Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)**

Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzumverteilungen nahversorgungsrelevanter Warengruppen – Einzelhandelskonzentration (SO 1)

Tabelle 14: Prognostizierte Umsatzumverteilungen zentrenrelevanter Warengruppen – Einzelhandelskonzentration (SO 1)

### **Absatzwirtschaftliche Auswirkungen – Fachmarkttagglomeration Möbel (nicht zentrenrelevantes Kernsortiment Möbel und zentrenrelevante Randsortimente, Einzelvorhaben)**

Tabelle 15: Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen – Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2; nicht zentrenrelevantes Kernsortiment Möbel und zentrenrelevante Randsortimente)

### **Absatzwirtschaftliche Auswirkungen - Einkaufszentrum und Möbelmärkte (summarisch)**

Tabelle 16: Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen – summarische Betrachtung

**Absatzwirtschaftliche Auswirkungen – Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)**
**Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzumverteilungen nahversorgungsrelevanter Warengruppen – Einzelhandelskonzentration (SO 1)**

Standort	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren		Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel		PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
<b>Bezirk Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>						
HZ Pankow	2 %	1,1	4 %	1,4	9 %	0,6
STZ Berliner Allee	1 %	0,2	2 %	0,2	5 %	0,1
STZ Greifswalder Str. Nord	1 %	0,2	2 %	0,3	*	*
STZ Schönhauser Allee	1 %	0,5	2 %	0,6	5 %	0,4
OTZ Buch	*	*	1 %	0,2	*	*
OTZ Französisch Buchholz	1 %	0,2	3 %	0,2	*	*
OTZ Karow	1 %	0,1	*	*	*	*
OTZ Prenzlauer Allee	1 %	0,2	2 %	0,1	*	*
NVZ Greifswalder Str. Süd	1 %	0,1	*	*	*	*
NVZ Heinersdorf	1 %	0,5	2 %	0,3	*	*
NVZ Neumannstr.	1 %	0,2	3 %	0,2	*	*
NVZ Niederschönhausen	2 %	0,6	5 %	0,4	*	*
NVZ Senefelderplatz	1 %	0,1	2 %	0,3	*	*
NVZ Weißenseer Spitze	1 %	0,2	2 %	0,2	*	*
NVZ Wilhelmsruh	2 %	0,1	*	*	*	*
<b>Bezirk Pankow – sonstige städtebaulich integrierte Lagen</b>						
Buch	*	*	*	*	*	*
Nördl. Prenzlauer Berg	1 %	0,7	2 %	0,4	*	*
Nördl. Pankow	1 %	1,1	4 %	0,3	*	*
Nördl. Weißensee	1 %	0,3	2 %	0,3	*	*
Südl. Prenzlauer Berg	1 %	0,2	*	*	5 %	0,1
Südl. Pankow	1 %	1,4	4 %	0,4	*	*
Südl. Weißensee	1 %	0,4	2 %	0,1	*	*
<b>Bezirk Pankow – Fachmarkttagglomerationen</b>						
FMA Eldenaer Str.	1 %	0,3	*	*	*	*
<b>Bezirk Pankow – städtebaulich nicht integrierte Lagen</b>						
Nördl. Prenzlauer Berg	1 %	0,3	2 %	0,1	*	*
Nördl. Pankow	1 %	0,1	*	*	*	*
Nördl. Weißensee	1 %	0,2	*	*	*	*
Südl. Weißensee	1 %	0,1	*	*	*	*

*Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite*

Standort	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren		Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel		PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	
	<i>in %</i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in %</i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in %</i>	<i>in Mio. Euro</i>
<b>Bezirk Mitte – zentraler Versorgungsbereich</b>						
STZ Badstraße	1 %	0,9	3 %	1,0	7 %	0,4

HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum;

PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht plausibel nachweisbar und hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen nicht relevant

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse auf Basis der o. g. Eingangswerte

### Einordnung der Ergebnisse für die Einzelhandelskonzentration (SO 1) – Einzelbetrachtung

In Tabelle 13 werden die prognostizierten, monetären und prozentualen Umsatzumverteilungen für die nahversorgungsrelevanten Warengruppen aufgeführt.

- In der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren ergeben sich in Berlin Umverteilungsquoten von max. 2 %, wobei die monetären Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen sowie in städtebaulich integrierten Streulagen maximal 1,1 Mio. Euro erreichen. Die höchste prozentuale und monetäre Betroffenheit zeigt sich dabei für das Hauptzentrum Pankow (2 % bzw. 1,1 Mio. Euro).
- Für die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel werden im Untersuchungsraum Umsatzumverteilungsquoten von max. 5 % bzw. max. 1,4 Mio. Euro prognostiziert. Dabei liegen die monetären Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen bei max. 1,4 Mio. Euro (Hauptzentrum Pankow) sowie in städtebaulich integrierten Streulagen bei max. 0,4 Mio. Euro.
- In der Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften beläuft sich die maximale monetäre Umsatzumverteilung in zentralen Versorgungsbereichen auf 0,6 Mio. Euro bzw. 9 % im Hauptzentrum Pankow. Die Betroffenheit der übrigen zentralen Versorgungsbereiche und Lagen liegt teilweise sehr deutlich darunter bzw. im nicht mehr zuverlässig, rechnerisch nachweisbaren Bereich von weniger als 0,1 Mio. Euro.

In Tabelle 14 werden die prognostizierten, monetären und prozentualen Umsatzumverteilungen für die zentrenrelevanten Warengruppen dargestellt.

- Prozentuale und monetäre Betroffenheiten zeigen sich in den Warengruppen Bekleidung, Fahrräder und Zubehör, Elektrische Haushalts-Großgeräte und Neue Medien, Unterhaltungselektronik vor allem in den untersuchungsrelevanten, höherrangigen zentralen Versorgungsbereichen in den Bezirken Pankow und Mitte. Dabei werden Umsatzumverteilungsquoten von mehr als 10 % erreicht. Eine mehrfache Betroffenheit zeigt dabei vor allem im Hauptzentrum Pankow insbesondere: Bekleidung 26 % bzw. 3,6 Mio. Euro, Schuhe/Lederwaren 31 % bzw. 1,4 Mio. Euro, Fahrräder und Zubehör 49 % bzw. 0,8 Mio. Euro, Elektrische Haushalts-Großgeräte 25 % bzw. 0,6 Mio. Euro sowie Neue Medien,

Unterhaltungselektronik 20 % bzw. 1,8 Mio. Euro. Mehrfach betroffen sind darüber hinaus insbesondere in den Warengruppen Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren die Stadtteilzentren Berliner Allee (Bekleidung 13 % bzw. 0,5 Mio. Euro, Schuhe/Lederwaren 12 % bzw. 0,1 Mio. Euro), Greifswalder Straße Nord (Bekleidung 12 % bzw. 0,3 Mio. Euro, Schuhe/Lederwaren 12 % bzw. 0,4 Mio. Euro), Schönhauser Allee (Bekleidung 16 % bzw. 3,8 Mio. Euro, Schuhe/Lederwaren 14 % bzw. 0,3 Mio. Euro) in Pankow und das Stadtteilzentrum Badstraße (Bekleidung 16 % bzw. 4,7 Mio. Euro, Schuhe/Lederwaren 15 % bzw. 0,6 Mio. Euro) in Mitte.

- In den Umlandkommunen fallen die Ergebnisse überwiegend geringer aus bzw. sind aufgrund der Streuung der Umverteilungen im Bereich nicht mehr rechnerisch nachweisbarer Größenordnungen. In mehreren Sortimenten betroffen ist dabei die Stadt Bernau bei Berlin und hier der Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (Bekleidung 5 % bzw. 0,6 Mio. Euro, Schuhe/Lederwaren 5 % bzw. 0,3 Mio. Euro, Neue Medien, Unterhaltungselektronik 4 % bzw. 0,3 Mio. Euro) sowie die Innenstadt Bernau - Historisches Zentrum (Bekleidung 4 % bzw. 0,1 Mio. Euro, Fahrräder und Zubehör 20 % bzw. 0,3 Mio. Euro).

### **Einordnung der Ergebnisse für die Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2) – Einzelbetrachtung**

In Tabelle 15 werden die prognostizierten, monetären und prozentualen Umsatzumverteilungen für das nicht zentrenrelevante Kernsortiment Möbel sowie die zentrenrelevanten Randsortimente der Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2) dargestellt.

- Für das nicht zentrenrelevante Kernsortiment Möbel ergeben sich Umsatzumverteilungen im Berliner Untersuchungsraum von bis zu 15 %. Die höchste monetäre Betroffenheit weisen dabei die Fachmarkttagglomerationen Landsberger Allee (Bezirk Lichtenberg; 16,9 Mio. Euro bzw. 11 %) und Pankstraße (Bezirk Mitte; 8,5 Mio. Euro bzw. 13 %) und Märkische Spitze (Bezirk Marzahn-Hellersdorf; 5,5 Mio. Euro bzw. 10 %) auf. An den übrigen Standortbereichen umfassen die monetären Umsatzumverteilungen teilweise sehr deutlich weniger als 1,1 Mio. Euro. In den zentralen Versorgungsbereichen (z. B. in Pankow) erreichen sie 13 – 15 % und 0,2 bis 0,4 Mio. Euro.
- In den Warengruppen der zentrenrelevanten Randsortimente erreichen die monetären Umsatzumverteilungen an den untersuchungsrelevanten Standorten maximal einen Wert von 1,2 Mio. Euro. Für eine Vielzahl der Standortbereiche ist aufgrund des geringen umverteilungsrelevanten Umsatzes und der Streuung auf eine Vielzahl an Standorten eine Umverteilung von deutlich weniger als 0,1 Mio. zu erwarten, die sich im Gravitationsmodell rechnerisch nicht zuverlässig abbilden lässt und von der zudem aber auch keine negativen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen dürften. Letzteres gilt insbesondere für die Standorte in den Umlandgemeinden sowie die zentralen Versorgungsbereiche in Friedrichshain-Kreuzberg, Lichtenberg und Reinickendorf.
- Es ist festzustellen, dass sowohl einzelne zentrale Versorgungsbereiche als auch Fachmarkttagglomerationen im Untersuchungsraum häufig eine mehrfache Betroffenheit in verschiedenen Warengruppen aufweisen. Bei den zentralen Versorgungsbereichen handelt es sich

dabei um das Hauptzentrum Pankow (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 11 % bzw. 0,4 Mio. Euro; Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen 44 % bzw. 0,2 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 33 % bzw. 1,1 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Großgeräte 6 % bzw. 0,1 Mio. Euro), das Stadtteilzentrum Greifswalder Straße Nord (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 5 % bzw. 0,1 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 18 % bzw. 1,2 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Großgeräte 3 % bzw. 0,2 Mio. Euro) und das Stadtteilzentrum Schönhauser Allee (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 7 % bzw. 0,1 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 21 % bzw. 0,4 Mio. Euro) im Bezirk Pankow sowie das Stadtteilzentrum Badstraße (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 6 % bzw. 0,1 Mio. Euro; Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen 18 % bzw. 0,1 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 19 % bzw. 1,1 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Großgeräte 4 % bzw. 0,1 Mio. Euro) in Mitte. Bei den Fachmarkttagglomerationen sind diesbezüglich die Fachmarkttagglomeration Landsberger Allee (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 2 % bzw. 0,3 Mio. Euro; Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen 9 % bzw. 0,6 Mio. Euro; Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände 2 % bzw. 0,2 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 7 % bzw. 1,1 Mio. Euro) in Lichtenberg, Märkische Spitze (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 2 % bzw. 0,1 Mio. Euro; Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen 10 % bzw. 0,3 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 8 % bzw. 0,5 Mio. Euro) in Marzahn-Hellersdorf sowie Pankstraße (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 4 % bzw. 0,3 Mio. Euro; Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen 23 % bzw. 0,8 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 11 % bzw. 1,1 Mio. Euro) in Mitte zu nennen.

### **Einordnung der Ergebnisse für die summarische Betrachtung – Einzelhandelskonzentration (SO 1) und Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2)**

Die prognostizierten, monetären und prozentualen Umsatzumverteilungen der summarischen Betrachtung für das nicht zentrenrelevante Kernsortiment Möbel sowie die sowohl im Bereich der Einzelhandelskonzentration als auch der Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2) geplanten zentrenrelevanten Warengruppen sind in Tabelle 16 dargestellt.

- Erwartungsgemäß zeigt sich im Rahmen der summarischen Betrachtung eine Verschärfung der Ergebnisse der Einzelbetrachtung der jeweiligen Warengruppen bzw. Sortimente an den Standorten der Einzelhandelskonzentration und der Fachmarkttagglomeration Möbel. Entsprechend besonders betroffen, zudem in mehreren Sortimenten sind einzelne zentrale Versorgungsbereiche sowie Fachmarkttagglomerationen im Berliner Untersuchungsraum.
- Für das nicht zentrenrelevante Sortiment Möbel ergeben sich Umsatzumverteilungen im Berliner Untersuchungsraum von bis zu 15 %. Die höchste monetäre Betroffenheit weisen dabei die Fachmarkttagglomerationen Landsberger Allee (Bezirk Lichtenberg; 17,6 Mio. Euro bzw. 11 %) und Pankstraße (Bezirk Mitte; 8,8 Mio. Euro bzw. 14 %) und Märkische Spitze (Bezirk Marzahn-Hellersdorf; 5,7 Mio. Euro bzw. 10 %) auf. An den übrigen Standortbereichen umfassen die monetären Umsatzumverteilungen teilweise sehr deutlich weniger als 1,1

Mio. Euro, wenngleich sie in zentralen Versorgungsbereichen (z. B. in Pankow) 10-15 % und 0,1 bis 0,4 Mio. Euro erreichen.

- Bei den mehrfach betroffenen zentralen Versorgungsbereichen handelt es sich um das Hauptzentrum Pankow (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 14 % bzw. 0,5 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 35 % bzw. 1,2 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Großgeräte 24 % bzw. 0,5 Mio. Euro), das Stadtteilzentrum Greifswalder Straße Nord (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 7 % bzw. 0,1 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 19 % bzw. 1,3 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Großgeräte 13 % bzw. 0,7 Mio. Euro) und das Stadtteilzentrum Schönhauser Allee (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 8 % bzw. 0,2 Mio. Euro; Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände 7 % bzw. 0,1 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 22 % bzw. 0,4 Mio. Euro, Elektrische Haushalts-Großgeräte 16 % bzw. 0,3 Mio. Euro) im Bezirk Pankow sowie das Stadtteilzentrum Badstraße (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 8 % bzw. 0,3 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 20 % bzw. 1,2 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Großgeräte 14 % bzw. 0,6 Mio. Euro) in Mitte. Bei den Fachmarkttagglomerationen sind diesbezüglich die Fachmarkttagglomeration Landsberger Allee (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 3 % bzw. 0,4 Mio. Euro; Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände 2 % bzw. 0,5 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 7 % bzw. 1,2 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Großgeräte 5 % bzw. 0,1 Mio. Euro) in Lichtenberg, Märkische Spitze (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 3 % bzw. 0,2 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 8 % bzw. 0,6 Mio. Euro) in Marzahn-Hellersdorf sowie Pankstraße (Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik 5 % bzw. 0,4 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten 11 % bzw. 1,2 Mio. Euro; Elektrische Haushalts-Großgeräte 8 % bzw. 0,3 Mio. Euro) in Mitte zu nennen.
- In den Umlandkommunen liegen die Ergebnisse ganz überwiegend unterhalb der Grenze der Nachweisbarkeit. Die einzig nachweisbaren Umverteilungsquoten werden für die Stadt Bernau bei Berlin für den Hautgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum) für die Sortimente Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten (8 % bzw. 0,1 Mio. Euro) sowie Elektrische Haushalts-Großgeräte (7 % bzw. 0,1 Mio. Euro) prognostiziert.

In Kapitel 5.3 erfolgt eine Bewertung der ermittelten Umsatzumverteilungen unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Aspekten.

**Tabelle 14: Prognostizierte Umsatzumverteilungen zentrenrelevanter Warengruppen – Einzelhandelskonzentration (SO 1)**

Standort	Zoo-/Heimtierbedarf		Bekleidung		Schuhe/Lederwaren		Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik		Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien		Fahrräder und Zubehör		Sport- und Campingartikel		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushaltskleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Neue Medien, Unterhaltungselektronik		Uhren/ Schmuck	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
<b>Bezirk Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>																								
HZ Pankow	40 %	0,3	26 %	3,6	31 %	1,4	7 %	0,2	*	*	49 %	0,8	37 %	0,3	*	*	4 %	0,1	25 %	0,6	20 %	1,8	24 %	0,6
STZ Berliner Allee	*	*	13 %	0,5	12 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
STZ Greifswalder Str. Nord	*	*	12 %	0,3	12 %	0,4	*	*	*	*	22 %	0,1	*	*	*	*	*	*	9 %	0,5	7 %	1,7	*	*
STZ Schönhauser Allee	*	*	16 %	3,8	14 %	0,3	*	*	*	*	32 %	0,6	20 %	0,4	*	*	*	*	15 %	0,3	11 %	0,9	12 %	0,4
OTZ Buch	*	*	9 %	0,2	10 %	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Französisch Buchholz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Karow	*	*	12 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Prenzlauer Allee	*	*	9 %	0,2	*	*	*	*	*	*	19 %	0,4	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	8 %	0,3
NVZ Greifswalder Str. Süd	*	*	7 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Heinersdorf	10 %	0,1	10 %	0,1	9 %	0,6	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	7 %	0,2	*	*
NVZ Neumannstr.	*	*	11 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Niederschönhausen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	51 %	0,3	*	*	*	*	*	*	*	*	11 %	0,2	*	*
NVZ Senefelderplatz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Weißenseer Spitze	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	30 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Wilhelmsruh			*	*			*	*			48 %	0,1					*	*	*	*				
<b>Bezirk Pankow – sonstige städtebaulich integrierte Lage</b>																								
Buch	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Pankow – Fachmarkttagglomeration</b>																								
FMA Eldenaer Str.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	46 %	15,6	15 %	0,4	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Standort	Zoo-/Heimtierbedarf		Bekleidung		Schuhe/Lederwaren		Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik		Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien		Fahrräder und Zubehör		Sport- und Campingartikel		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushaltskleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Neue Medien, Unterhaltungselektronik		Uhren/ Schmuck		
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	
<b>Bezirk Pankow – sonstige städtebaulich nicht integrierte Lage</b>																									
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	39 %	4,9	13 %	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
<b>Bezirk Mitte – zentraler Versorgungsbereich</b>																									
STZ Badstraße	*	*	16 %	4,7	15 %	0,6	4 %	0,1	*	*	35 %	1,0	22 %	0,7	*	*	2 %	0,1	16 %	0,7	12 %	3,0	13 %	0,6	
<b>Umland – zentrale Versorgungsbereiche</b>																									
Bernau bei Berlin – Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum)	*	*	4 %	0,1	*	*	*	*	*	*	20 %	0,3	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Bernau bei Berlin – Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum)	*	*	5 %	0,6	5 %	0,3	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	4 %	0,3	*	*	
Bernau bei Berlin – NVZ Forum Bernau (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Bernau bei Berlin – NVZ Schönow (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Bernau bei Berlin – NVZ Schwanebecker Chaussee (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Gliencke-Nordbahn – Ortszentrum	*	*	12 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Mühlenbeck	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Schildow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Panketal – Ortskern	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Wandlitz – HZ Wandlitzsee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	8 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Wandlitz – NVZ Basdorf, Am Markt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Wandlitz – NVZ Basdorf, Fontanestraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
<b>Umland – sonstige städtebaulich integrierte Streulage</b>																									
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Standort	Zoo-/Heimtierbedarf		Bekleidung		Schuhe/Lederwaren		Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik		Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien		Fahrräder und Zubehör		Sport- und Campingartikel		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushaltskleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Neue Medien, Unterhaltungselektronik		Uhren/ Schmuck	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
<b>Umland – sonstige städtebaulich nicht integrierte Streulage</b>																								
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*		*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*

HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht plausibel nachweisbar und hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen nicht relevant

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse auf Basis der o. g. Eingangswerte

**Absatzwirtschaftliche Auswirkungen – Fachmarkttagglomeration Möbel**

**Tabelle 15: Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen – Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2; nicht zentrenrelevantes Kernsortiment Möbel und zentrenrelevante Randsortimente)**

Standort	Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik		Bettwaren, Haus-/ Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Möbel	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
<b>Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg – zentrale Versorgungsbereiche**</b>												
HZ Frankfurter Allee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
HZ Karl-Marx-Straße/Herrmannplatz/Kottbusser Damm	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
STZ Kottbusser Tor	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Lichtenberg – zentrale Versorgungsbereiche**</b>												
NVZ Hohenschönhauser Tor	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	10 %	0,5
<b>Bezirk Mitte – zentrale Versorgungsbereiche**</b>												
ZBK Alexanderplatz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ZBK Friedrichsstraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
STZ Badstraße	6 %	0,1	18 %	0,1	*	*	19 %	1,1	4 %	0,1	*	*
NVZ Chausseestraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>												
HZ Pankow	11 %	0,4	44 %	0,2	*	*	33 %	1,1	6 %	0,1	15 %	0,2
STZ Berliner Allee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	14 %	0,1
STZ Greifswalder Straße Nord	5 %	0,1	*	*	*	*	18 %	1,2	3 %	0,2	*	*
STZ Schönhauser Allee	7 %	0,1	*	*	*	*	21 %	0,4	*	*	13 %	0,2
OTZ Buch	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Französisch Buchholz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Karow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Prenzlauer Allee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Greifswalder Straße Süd	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Heinersdorf	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Neumannstraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	14 %	0,4
NVZ Niederschönhausen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Senefelderplatz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Weißenseer Spitze	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Wilhelmsruh	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Reinickendorf – zentrale Versorgungsbereiche**</b>												
NVZ S-Bahnhof Wittenau	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Umland – zentrale Versorgungsbereiche</b>												
Bernau bei Berlin – Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	7 %	0,1	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Forum Bernau (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Schönow (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Schwanebecker Chaussee (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Glienicke-Nordbahn – Ortszentrum	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Mühlenbeck	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Schildow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Panketal – Ortskern	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – HZ Wandlitzsee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – NVZ Basdorf, Am Markt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – NVZ Basdorf, Fontanestraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz - NVZ Klosterfelde	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Kreuzberg Süd	*	*	*	*	*	*	7 %	0,1	*	*	7 %	0,7
<b>Bezirk Lichtenberg – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Hohenschönhausen Nord	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	8 %	0,3
Lichtenberg Nord	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	9 %	0,1
<b>Bezirk Mitte – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Gesundbrunnen	*	*	*	*	*	*	9 %	0,1	*	*	13 %	1,1
Zentrum	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	7 %	0,2
<b>Bezirk Pankow – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Buch	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Standort	Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik		Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Möbel	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	12 %	0,2
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	14 %	0,1
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Reinickendorf – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Reinickendorf Ost	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Umland – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Lichtenberg – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
FMA Landsberger Allee	2 %	0,3	9 %	0,6	2 %	0,4	7 %	1,1	*	*	11 %	16,9
Hohenschönhausen Süd	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Marzahn-Hellersdorf – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
FMA Märkische Spitze	2 %	0,1	10 %	0,3	*	*	8 %	0,5	*	*	10 %	5,5
Marzahn	*	*	*	*	*	*	9 %	0,2	*	*	9 %	1,7
<b>Bezirk Mitte – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
FMA Pankstraße	4 %	0,3	23%	0,8	*	*	11%	1,1	*	*	13 %	8,5
FMA Genthiner Straße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	11 %	2,0
Wedding	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Pankow – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
FMA Eldenaer Straße	*	*	*	*	*	*	7 %	0,2	*	*	11 %	1,0
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	12 %	0,1
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	11 %	0,3
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Reinickendorf – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
Tegel	*	*	15 %	0,1	*	*	*	*	*	*	11 %	0,8
<b>Umland – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	9 %	1,2

HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht plausibel nachweisbar und hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen nicht relevant

\*\* angegeben sind nur zentrale Versorgungsbereiche bzw. sonstige Lagen mit untersuchungsrelevantem und erhobenem Angebot

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse auf Basis der o. g. Eingangswerte

**Absatzwirtschaftliche Auswirkungen – Einzelhandelskonzentration und Fachmarkttagglomeration Möbel (summarische Betrachtung)**

**Tabelle 16: Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen – summarische Betrachtung**

Standort	Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Möbel	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
<b>Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg – zentrale Versorgungsbereiche**</b>										
HZ Frankfurter Allee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
HZ Karl-Marx-Straße/Herrmannplatz/Kottbusser Damm	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
STZ Kottbusser Tor	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Lichtenberg – zentrale Versorgungsbereiche**</b>										
NVZ Hohenschönhauser Tor	*	*	*	*	*	*	*	*	10 %	0,5
<b>Berlin-Mitte – zentrale Versorgungsbereiche**</b>										
ZBK Alexanderplatz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ZBK Friedrichsstraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
STZ Badstraße	8 %	0,3	*	*	20 %	1,2	14 %	0,6	*	*
NVZ Chausseestraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Berlin-Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>										
HZ Pankow	14 %	0,5	*	*	35 %	1,2	24 %	0,5	15 %	0,2
STZ Berliner Allee	*	*	*	*	*	*	13 %	0,1	15 %	0,1
STZ Greifswalder Straße Nord	7 %	0,1	*	*	19 %	1,3	13 %	0,7	*	*
STZ Schönhauser Allee	8 %	0,2	7 %	0,1	22 %	0,4	16 %	0,3	13 %	0,2
OTZ Buch	*	*	*	*	*	*	*	*	10 %	0,1
OTZ Französisch Buchholz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Karow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Prenzlauer Allee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Greifswalder Straße Süd	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Heinersdorf	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Neumannstraße	*	*	*	*	*	*	*	*	15 %	0,4
NVZ Niederschönhausen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Senefelderplatz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Weißenseer Spitze	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Wilhelmsruh	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Reinickendorf – zentrale Versorgungsbereiche**</b>										
NVZ S-Bahnhof Wittenau	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Umland – zentrale Versorgungsbereiche</b>										
Bernau bei Berlin – Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum)	*	*	*	*	8 %	0,1	7 %	0,1	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Forum Bernau (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Schönow (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Schwanebecker Chaussee (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Glienicke-Nordbahn – Ortszentrum	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Mühlenbeck	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Schildow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Panketal – Ortskern	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – HZ Wandlitzsee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – NVZ Basdorf, Am Markt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – NVZ Basdorf, Fontanestraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz - NVZ Klosterfelde	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Kreuzberg Süd	*	*	*	*	7 %	0,1	*	*	7 %	0,7
<b>Bezirk Lichtenberg – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Hohenschönhausen Nord	*	*	*	*	*	*	*	*	8 %	0,4
Lichtenberg Nord	*	*	*	*	*	*	*	*	9 %	0,1
<b>Bezirk Mitte – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Gesundbrunnen	*	*	*	*	9 %	0,1	*	*	13 %	1,1
Zentrum	*	*	*	*	*	*	*	*	7 %	0,2
<b>Bezirk Pankow – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Buch	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	13 %	0,2
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	15 %	0,1
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Standort	Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Möbel	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
<b>Bezirk Reinickendorf – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Reinickendorf Ost	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Umland – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Lichtenberg – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
FMA Landsberger Allee	3 %	0,4	2 %	0,5	7 %	1,2	5 %	0,1	11 %	17,6
Hohenschönhausen Süd	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Marzahn-Hellersdorf – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
FMA Märkische Spitze	3 %	0,2	*	*	8 %	0,6	*	*	10 %	5,7
Marzahn	*	*	*	*	10 %	0,2	*	*	9 %	1,7
<b>Bezirk Mitte – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
FMA Pankstraße	5 %	0,4	*	*	11 %	1,2	8 %	0,3	14 %	8,8
FMA Genthiner Straße	*	*	*	*	*	*	*	*	12 %	2,1
Wedding	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Pankow – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
FMA Eldenaer Straße	*	*	*	*	8 %	0,2	*	*	11 %	1,1
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*			*	*	13 %	0,1
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	11 %	0,3
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Reinickendorf – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
Tegel	*	*	*	*	*	*	*	*	12 %	0,8
<b>Umland – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*	*	*	*	9 %	1,2

HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht plausibel nachweisbar und hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen nicht relevant

\*\*nur zentrale Versorgungsbereiche bzw. sonstige Lagen mit untersuchungsrelevantem und erhobenem Angebot werden angegeben

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse auf Basis der o. g. Eingangswerte

## 5.3 Rechnerische Abschätzung möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen einzelner Sortimente

Bei der Ermittlung potenzieller absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch die Vorhaben ist die Anwendung des Gravitationsmodells (siehe dazu Kapitel 2.1) nicht für alle geplanten Warengruppen/Sortimente sinnvoll und möglich, da die Ergebnisse häufig unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen. Dies gilt insbesondere für geringe umverteilungsrelevante Vorhabenumsätze einhergehend mit hohen Streuungen aufgrund einer Vielzahl von Angebotsstandorten im Untersuchungsraum, der allgemeinen Rolle des jeweiligen untersuchungsrelevanten Sortiments als Randsortiment oder eines sehr geringen Bestandes. Für einzelne Sortimente, die innerhalb der Einzelhandelskonzentration (SO 1) geplant sind, wird daher nachfolgend eine rechnerische und argumentative Abschätzung möglicher Auswirkungen vorgenommen.

### 5.3.1 Zentrenrelevante Sortimente

#### **Blumen/Topfpflanzen (Indoor)**

Die Warengruppe Blumen/Topfpflanzen (Indoor) ist mit einer Verkaufsfläche von 300 m<sup>2</sup> geplant. Bei einer durchschnittlichen Raumleistung von 2.500 Euro/m<sup>2</sup> ist davon auszugehen, dass ein Umsatz von 0,75 Mio. Euro erwirtschaftet wird.

Im Allgemeinen und so auch im Untersuchungsraum wird diese Warengruppe zum einen in kleinen Fachgeschäften (< 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und zum anderen als Randsortiment, z. B. in Lebensmittelmärkten angeboten. So ist es regelmäßig in allen Zentrentypen sowie sonstigen städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen. Die Umsatzumverteilung wirkt daher auf eine Vielzahl von Standorten im Untersuchungsraum. Die monetäre Umverteilung wird hier deutlich kleiner als 0,1 Mio. Euro pro Standort umfassen und fällt damit in einen rechnerisch nicht nachweisbaren Bereich. Aufgrund des breiten Angebotes ist davon auszugehen, dass wettbewerbliche Auswirkungen nicht zu einer flächendeckenden Schließung des Angebotes führen werden. In diesem Sinne ist ein Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und bestehende Versorgungsstrukturen nicht zu erwarten.

#### **Augenoptik**

Im Rahmen des Vorhabens Einzelhandelskonzentration ist für das Sortiment Augenoptik eine Verkaufsfläche von 400 m<sup>2</sup> geplant. Bei einer durchschnittlichen Raumleistung von 6.600 Euro/m<sup>2</sup> ist davon auszugehen, dass ein Umsatz von 2,64 Mio. Euro erwirtschaftet wird.

Das Sortiment Augenoptik (als Teil der Warengruppe Foto/Optik) wird generell in Fachgeschäften angeboten, die neben dem Verkauf auch einen entsprechenden handwerklichen Service anbieten. Es ist besonders in zentralen Lagen (nahezu alle Zentrentypen) anzutreffen. Die Umsatzumverteilung wirkt daher auf eine Vielzahl von Standorten im Untersuchungsraum. Die

monetäre Umverteilung wird hier pro Standort gering sein ( $< 0,1$  Mio. Euro) und fällt damit in einen rechnerisch nicht nachweisbaren Bereich. Aufgrund des breiten Angebotes ist davon auszugehen, dass wettbewerbliche Auswirkungen nicht in negative städtebauliche Auswirkungen umschlagen, etwa aufgrund einer flächendeckenden Schließung des Angebotes. In diesem Sinne sind also keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und bestehende Versorgungsstrukturen zu erwarten.

### **Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker)**

Das Sortiment Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker) ist mit einer Verkaufsfläche von  $500 \text{ m}^2$  geplant. Bei einer durchschnittlichen Raumleistung von  $5.000 \text{ Euro/m}^2$  ist davon auszugehen, dass ein Umsatz von  $2,5 \text{ Mio. Euro}$  erwirtschaftet wird.

Das Sortiment Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker) (als Teil der Warengruppe Foto/Optik) hat in den letzten Jahren – beispielsweise aufgrund der Möglichkeit Fotos mit Handys zu machen – einen deutlichen Wandel erfahren, so dass es im stationären Handel nur noch wenig präsent ist. Ein Foto-Fachgeschäft ist selten anzutreffen, vielmehr bestehen Angebote als Randsortiment (auf geringer, deutlich untergeordneter Verkaufsfläche u. a. in Fachmärkten, Drogeriemärkten, Lebensmitteldiscountern oder Mehrsortimentern). Zudem werden Foto- und optische Erzeugnisse zu großen Anteilen durch den Onlinehandel vertrieben. Das Sortiment Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker) ist vor diesem Hintergrund nur mit einer sehr geringen Verkaufsfläche und nahezu vollständig als Randsortiment vorhanden. Bei einem zusätzlichen, qualifizierten Angebot könnten Umsatzumverteilungen durch mögliche Kaufkraftrückgewinne teilweise kompensiert werden. Aufgrund des Angebotes dieses Sortiments vornehmlich als Randsortiment sowie der insgesamt geringen quantitativen Ausprägung im Bestand ist davon auszugehen, dass wettbewerbliche Auswirkungen nicht in negative städtebauliche Auswirkungen umschlagen werden. In diesem Sinne sind also keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und bestehende Versorgungsstrukturen zu erwarten.

## 5.3.2 Nicht zentrenrelevante Sortimente

Im Entwurf des Bebauungsplans Nr. 3-60a „Pankower Tor“ (Stand 23.04.2025) ist für die Einzelhandelskonzentration ein Sondergebiet SO 1 mit der Zweckbestimmung „Wohn- und Büroquartier mit großflächigem Einzelhandel“ ausgewiesen. Neben textlichen Festsetzungen zur Gesamtverkaufsfläche sowie sortimentspezifischen Verkaufsflächen nahversorgungsrelevanter und zentrenrelevanter Sortimente soll zu nicht zentrenrelevanten Sortimenten die folgende Festsetzung getroffen werden: „Darüber hinaus ist, unter der zulässigen Gesamtverkaufsfläche von  $20.000 \text{ m}^2$ , der Einzelhandel mit nach Maßgabe der Berliner Sortimentsliste nicht zentrenrelevanten Sortimenten zulässig, wobei auf das einzelne nicht zentrenrelevante Sortiment  $3.000 \text{ m}^2$  Verkaufsflächen fallen dürfen.“ Es ist zu prüfen, ob für die gesetzte, sortimentspezifische Verkaufsflächenobergrenze eine städtebauliche Verträglichkeit gegeben ist.

Mit Blick auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente gemäß Berliner Liste ist für die folgenden Sortimente eine städtebauliche Verträglichkeit für eine Verkaufsfläche bis maximal  $3.000 \text{ m}^2$  zu

prüfen: Gartenbedarf, Baumarktsortiment, Sport- und Freizeitboote und Zubehör und Auto-/Motorradzubehör (außerhalb von Autohäusern). Es wird darauf hingewiesen, dass die Warengruppe Möbel – ebenfalls ein nicht zentrenrelevantes Sortiment – im Rahmen einer summarischen Betrachtung in das Gravitationsmodell eingestellt wurde (siehe dazu Kapitel 5.2).

Für das Sortiment Gartenbedarf ergibt sich für eine Gesamtverkaufsfläche von 3.000 m<sup>2</sup> unter Berücksichtigung einer Flächenproduktivität von 1.100 bis 1.450 Euro/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ein geschätzter Umsatz von rund 3,30 bis 4,35 Mio. Euro. Für das Sortiment Baumarktsortiment i. e. S. – ebenfalls auf 3.000 m<sup>2</sup> – beläuft sich ein geschätzter Umsatz unter Berücksichtigung einer Flächenproduktivität von 1.500 bis 2.500 Euro/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf rund 4,50 bis 7,50 Mio. Euro. Die aufgrund der berlinweiten Einzelhandelserfassung 2021<sup>32</sup> abgeleitete Kaufkraftabschöpfung in diesen Sortimenten im Bezirk ist mit Werten von bis zu 55 % (Baumarktsortimente) und bis zu 60 % (Gartenbedarf) sehr deutlich unterdurchschnittlich. Zusätzliche Angebote würden einem bestehenden Kaufkraftabfluss entgegenwirken bzw. einen Kaufkraftrückgewinn zu Gunsten einer verbrauchernahen Versorgung begünstigen können. Da es sich sowohl bei Gartenbedarf als auch bei Baumarktsortimenten i. e. S. um nicht zentrenrelevante Sortimente handelt, die dementsprechend vor allem außerhalb zentraler Versorgungsbereiche vorgehalten werden, sind mögliche Auswirkungen auch vor allem auf diese dezentralen Lagen zu erwarten. Aufgrund der geplanten Dimensionierung sowie der Streuung potenzieller Umsatzumverteilungen, die durch mögliche Kaufkraftrückgewinne ggf. gemindert werden, ist ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum, insbesondere im Bezirk Pankow nicht zu erwarten. Die geplante Größenordnung von 3.000 m<sup>2</sup> für die Sortimente Gartenbedarf und Baumarktsortimente i. e. S. ist somit als städtebaulich verträglich einzustufen.

Das Sortiment Sport- und Freizeitboote und Zubehör ist ein Spezialangebot. Es ist davon auszugehen, dass es ein über Pankow hinausgehendes Einzugsgebiet generieren wird. Vergleichbare Angebote sind im Untersuchungsraum nicht zu finden, so dass mögliche Umsatzumverteilungen zu Lasten eines Bestandes nicht nachweisbar sind. Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche bzw. Versorgungsstrukturen in Pankow und darüber hinaus, sind vor diesem Hintergrund nicht zu erwarten. Die geplante Größenordnung von 3.000 m<sup>2</sup> für das Sortiment Sport- und Freizeitboote und Zubehör ist somit als städtebaulich verträglich einzustufen.

Das Sortiment Auto-/Motorradzubehör (außerhalb von Autohäusern) wird in der Regel im Zusammenhang mit Autowerkstätten, teilweise auch als Annexhandel überwiegend außerhalb zentraler Lagen angeboten. Die geplante Größenordnung von 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ist dabei für einen Betrieb mit Blick auf bestehende Marktstrukturen unüblich. Da es sich jedoch um ein nicht zentrenrelevantes Sortiment handelt und die jeweiligen Anbieter häufig durch angegliederte Werkstätten zusätzlich gestützt werden, ist ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und Versorgungsstrukturen nicht zu erwarten. Die geplante Größenordnung von 3.000 m<sup>2</sup> für das

---

<sup>32</sup> Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen: Einzelhandelserhebung Berlin 2021

Sortiment Auto-/Motorradzubehör (außerhalb von Autohäusern) ist somit als städtebaulich verträglich einzustufen.

Wie es der Name schon sagt, ist die Ansiedlung von nicht zentrenrelevanten Sortimenten, teilweise aufgrund der Beschaffenheit der angebotenen Waren oder der Dimensionierung der Betriebe, nicht an zentrale Versorgungsbereiche gebunden. In zentralen Versorgungsbereichen können diese in angemessener Größenordnung und zentrenverträglich integriert zu einem vielfältigen Angebot beitragen. Wie die Ausführungen zu möglichen Sortimenten zeigen, stellt sich eine Verkaufsflächengröße von bis zu 3.000 m<sup>2</sup> als städtebaulich verträglich dar.

## 5.4 Städtebauliche Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zentrenrelevanter Sortimente

Im Hinblick auf die Bewertung potenzieller städtebaulicher Auswirkungen werden im Folgenden die ermittelten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Aspekten beurteilt. Dabei geht es vor allem darum, ob für die zentralen Versorgungsbereiche ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten ist.

Wie zuvor aufgezeigt wird, ergeben sich in einer Vielzahl der untersuchten Warengruppen gegenüber zahlreichen zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentrum, Neben- und Nahversorgungszentren) deutlich erhöhte Umsatzumverteilungen. Da es sich dabei vor allem um zentrenrelevante Angebote handelt, die die Funktionsfähigkeit sowie die Versorgungsfunktion der betroffenen zentralen Versorgungsbereiche determinieren können, ist nicht auszuschließen, dass die ermittelten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen umschlagen können bzw. werden.

Eine vertiefende städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen ist daher notwendig. Unter Berücksichtigung des Steuerungsgrundsatzes 5 des Stadtentwicklungsplans Zentren 2030<sup>33</sup> ist eine solche Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereich und die verbrauchernahe Versorgung ab einer Umsatzumverteilungsquote von 5 % gegenüber dem Bestand durchzuführen, d. h. eine qualitative Betrachtung vorzunehmen. Diese soll zudem berücksichtigen, wie sich das Vorhaben auf die Erreichbarkeit der stadtentwicklungsplanerischen Ziele auswirkt, die für die betroffenen zentralen Versorgungsbereiche und/oder Nahversorgungsstandorte verfolgt werden.

Vor diesem Hintergrund werden folgende zentrale Versorgungsbereiche einer vertiefenden Bewertung in Form von Steckbriefen (Erläuterungen siehe Anhang 3) unterzogen:

<sup>33</sup> Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen (2019): Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 - Lebendige Zentren und wohnungnahe Versorgung für die wachsende Stadt. Berlin. S. 35

### **Bezirk Pankow (Kapitel 5.4.1)**

- Hauptzentrum Pankow
- Stadtteilzentrum Berliner Allee
- Stadtteilzentrum Greifswalder Straße Nord
- Stadtteilzentrum Schönhauser Allee
- Ortsteilzentrum Buch
- Ortsteilzentrum Karow
- Ortsteilzentrum Prenzlauer Allee
- Nahversorgungszentrum Greifswalder Straße Süd
- Nahversorgungszentrum Heinersdorf
- Nahversorgungszentrum Neumannstraße
- Nahversorgungszentrum Niederschönhausen
- Nahversorgungszentrum Weißenseer Spitze
- Nahversorgungszentrum Wilhelmsruh

### **Berliner Bezirk Mitte (Kapitel 5.4.2)**

- Stadtteilzentrum Badstraße

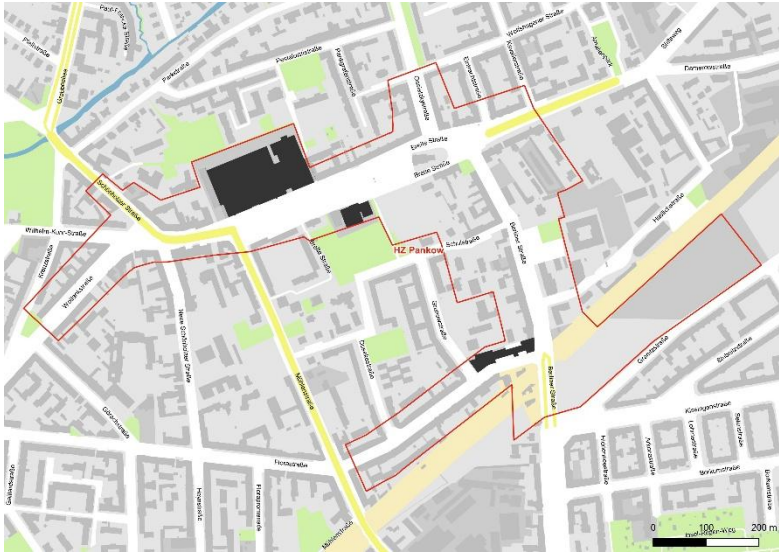
### **Kommunen in Brandenburg (Kapitel 5.4.3)**

- Bernau bei Berlin: Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum)
- Bernau bei Berlin: Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum)
- Glienicke/Nordbahn: Ortszentrum
- Wandlitz: Hauptzentrum Wandlitzsee

Für die städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorte im Untersuchungsraum (Angebotsstandorte mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment) ergeben sich Umsatzumverteilungen in den Warengruppen Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren (maximal 2 % bzw. 1,8 Mio. Euro), Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische. und orthopädische Artikel (maximal 4 % bzw. 0,4 Mio. Euro). Unter Berücksichtigung der relativ geringen monetären Umsatzumverteilungen und der vorhandenen Angebotsstrukturen ist eine Gefährdung insbesondere der nahversorgungsrelevanten Anbieter unwahrscheinlich, so dass versorgungsstrukturelle Folgen auszuschließen sind. Von einer vertiefenden Bewertung kann daher abgesehen werden.



### 5.4.1 Bezirk Pankow

<b>Hauptzentrum Pankow</b>		
<b>Untersuchungsrelevante Eckdaten</b>		
Verkaufsfläche	rd. 24.200 m <sup>2</sup>	 <p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025</p>
Anzahl Betriebe	139	
Umsatz	rd. 156 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	Rathaus-Center mit Kaufland, C&A, TK Maxx, Medi Max, Aldi	
Magnetbetriebe	Bio Company, Edeka, dm	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 0,4 km Luftlinie rd. 1,2 km Luftlinie	

#### Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums

Das Hauptzentrum Pankow ist ein überwiegend kleinteiliges, gewachsenes Zentrum. Es erstreckt sich im Wesentlichen über die Berliner Straße, die Breite Straße, die Florastraße sowie Teile der Wollankstraße und umfasst den westlichen Abschnitt der brachliegenden Fläche des ehemaligen Rangierbahnhofs Pankow (=Vorhabenstandort). Es besteht durch Anschluss an S-Bahn, U-Bahn sowie Straßenbahn- und Buslinien eine sehr gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV.

Die Einzelhandelslagen weisen einen unterschiedlichen Einzelhandelsbesatz auf. Der Großteil der Verkaufsfläche entfällt mit mehr als 80 % auf die Breite Straße. Hier ist das Einkaufszentrum „Rathaus-Center“ lokalisiert, in welchem sich alle großflächigen Anbieter des Hauptzentrums befinden. In den weiteren Einzelhandelslagen ist der Einzelhandel z. T. deutlich nachgeordnet. Insgesamt verfügt das Hauptzentrum Pankow in den projektrelevanten Warengruppen über rund 24.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von rund 156 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen Bekleidung, Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel, sowie Nahrungs- und Genussmittel. Gleichwohl fällt die Verkaufsflächenausstattung des Zentrums im Vergleich zu den durch den StEP Zentren 2030 vorgegebenen Orientierungswerten (Hauptzentren 50.000 bis 100.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche) deutlich unterdurchschnittlich aus. Im bezirklichen Vergleich ist es quantitativ kleiner als das Stadtteilzentrum Schönhauser Allee. Aus städtebaulicher Sicht weist das Hauptzentrum eine in weiten Teilen attraktive Gestaltung mit Aufenthaltsqualität und teilweise Szenecharakter auf. Vor allem ist es geprägt durch seine gewachsene Struktur mit einer Mischung aus historischer Bausubstanz, modernen Ergänzungen und belebten öffentlichen Räumen.

---

## Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

---

Für das Hauptzentrum Pankow ergeben sich in den Berechnungen in folgenden Warengruppen/Sortimente absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 % :

### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften (9 % bzw. 0,6 Mio. Euro)
- Bekleidung (26 % bzw. 3,6 Mio. Euro)
- Schuhe/Lederwaren (31 % bzw. 1,4 Mio. Euro)
- Fahrräder und Zubehör (49 % bzw. 0,8 Mio. Euro)
- Sport- und Campingartikel (37 % bzw. 0,3 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Großgeräte (26 % bzw. 0,6 Mio. Euro)
- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (7 % bzw. 0,2 Mio. Euro)
- Neue Medien, Unterhaltungselektronik (20 % bzw. 1,8 Mio. Euro)
- Uhren/Schmuck (24 % bzw. 0,6 Mio. Euro)
- Zoo-/ Heimtierbedarf (40 % bzw. 0,3 Mio. Euro)

Die Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften wird im Hauptzentrum Pankow u. a. von vier Buchhandlungen und sechs Schreibwarengeschäften sowie als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten angeboten. Die prognostizierte Umsatzumverteilung von 9 % bzw. 0,6 Mio. Euro verteilt sich damit auf mehrere Anbieter. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.

Die Warengruppe Bekleidung umfasst im Hauptzentrum Pankow insgesamt 15 Kernsortimentsanbieter. Davon befinden sich rund zwei Drittel im Einkaufszentrum Rathaus-Center. Das Angebot ist centertypisch durch Filialisten geprägt. Außerhalb des Einkaufszentrums bestehen hauptsächlich kleine inhabergeführte Fachgeschäfte. Bei einer prognostizierten Umsatzumverteilung von 26 % sowie auch unter Berücksichtigung der Bedeutung des Onlinehandels in dieser Branche sind Geschäftsaufgaben zu erwarten. Diese werden voraussichtlich sowohl das Einkaufszentrum als auch Lagen außerhalb des Centers betreffen. Dies bedingt eine Abnahme der Vielfalt des Einzelhandelsangebotes und einen Rückgang der Passantenfrequenzen, was wiederum zu einer Schwächung bestehender Strukturen führen kann.

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe Schuhe/Lederwaren umfasst insgesamt sieben Kernsortimentsanbieter. Es setzt sich im Wesentlichen aus vier Filialisten innerhalb des Einkaufszentrums und drei kleinteiligen, inhabergeführten Betrieben außerhalb des Einkaufszentrums zusammen. Bei einer prognostizierten Umsatzumverteilung von 31 % sowie auch unter dem Einfluss des Onlinehandels in dieser Branche sind Geschäftsaufgaben zu erwarten. Diese werden voraussichtlich sowohl das Einkaufszentrum als auch Lagen außerhalb des Centers betreffen. Eine Abnahme der Vielfalt des Einzelhandelsangebotes und ein Rückgang der Passantenfrequenzen können die Schwächung bestehender Strukturen zudem forcieren.

In der Warengruppe Fahrräder und Zubehör bestehen drei Fahrradfacheinzelhändler. Diese Läden bieten z. T. über den stationären Einzelhandel hinausgehende Dienstleistungen an, dazu gehören u. a. Fahrradverleih und -werkstatt. Bei einer prognostizierten Umsatzumverteilung von 49 % sind grundsätzlich Geschäftsaufgaben nicht auszuschließen, jedoch ist anzunehmen, dass

---

die bestehenden Fachgeschäfte sich durch ein spezifisches Angebot und über den Einzelhandel hinausgehende Dienstleistungen durchaus wettbewerbsfähig aufstellen können. Die drei Anbieter verteilen sich im gleichmäßigen Abstand über den zentralen Versorgungsbereich. Auch für den Fall, dass einer der im Stadtteilzentrum vorhandenen Betriebe schließen sollte, verbleiben zwei Wettbewerber, so dass negative Folgewirkungen (i. S. v. Trading-Down-Effekten) nicht eintreten würden.

In der Warengruppe Sport- und Campingartikel befindet sich im Hauptzentrum Pankow nur ein Kernsortimentsanbieter sowie ein Bekleidungsgeschäft, das die Warengruppe als Randsortiment führt. Bei einer prognostizierten Umsatzumverteilung von 39 % sowie einer prägenden Rolle des Onlinehandels in dieser Warengruppe sind grundsätzlich Geschäftsaufgaben nicht auszuschließen. Auf der anderen Seite würde ein zusätzlicher Sportfachmarkt das bestehende unterdurchschnittliche Angebot im Zentrum in der Warengruppe Sportartikel, Camping aufbessern. Eine Abnahme der Vielfalt des Einzelhandelsangebotes und ein Rückgang der Passantenfrequenzen würde die Schwächung bestehender Strukturen begünstigen.

Das größte Angebot in den Warengruppen elektrische Haushalts-Großgeräte, elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten und Neue Medien, Unterhaltungselektronik entfällt auf einen großflächigen Elektronikfachmarkt, der sich innerhalb des Einkaufszentrums befindet. Darüber hinaus gibt es je einen kleinflächigen Kernsortimentsanbieter in den Warengruppen elektrische Haushalts-Großgeräte sowie elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten. Ergänzt wird das Angebot durch zwei Betriebe mit entsprechenden Randsortimenten. Da als möglicher Angebotsbaustein am Vorhabenstandort die Ansiedlung eines großflächigen Elektronikfachmarktes in Betracht kommt, besteht eine deutliche Angebotsüberschneidung mit dem im Zentrum bereits ansässigen Elektronikfachmarkt. Dieser wäre zudem aufgrund der Auswirkungen auf Warengruppen seines Kern- und Randsortiments mehrfach betroffen, so dass eine Schließung dieses funktionstragenden Betriebes nicht ausgeschlossen werden kann. Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht auszuschließen.

Insgesamt fünf Kernsortimentsanbieter sind in der Warengruppe Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik vertreten. Neben vier Filialisten, davon zwei Non-Food-Discounter, hauptsächlich innerhalb des Einkaufszentrums ist nur ein kleinteiliges inhabergeführtes Geschäft anzutreffen. Die geringe prognostizierte Umsatzumverteilung von 7 % bzw. 0,2 Mio. Euro verteilt sich damit auf mehrere Anbieter. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppen Uhren/Schmuck setzt sich im Wesentlichen aus kleinteiligen filialisierten sowie inhabergeführten Betrieben zusammen, die sich sowohl innerhalb des Einkaufszentrums als auch außerhalb befinden. Bei einer prognostizierten Umsatzumverteilung von 24 % sind Geschäftsaufgaben zu erwarten. Diese werden voraussichtlich sowohl das Einkaufszentrum als auch Lagen außerhalb des Centers betreffen.

Die Warengruppe Zoo-/Heimtierbedarf umfasst im Hauptzentrum Pankow keinen Kernsortimentsanbieter, sondern sieben Betriebe, die die Warengruppe als Randsortiment führen. Dabei handelt es sich hauptsächlich um die ansässigen Lebensmittel- und Drogeriemärkte. Folglich ist

ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

## 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente, Einzelvorhaben)

- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (11 % bzw. 0,4 Mio. Euro)
- Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen (44 % bzw. 0,2 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten (33 % bzw. 1,1 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Großgeräte (6 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

Insgesamt fünf Kernsortimentsanbieter sind in der Warengruppe Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik vertreten. Neben vier Filialisten, davon zwei Non-Food-Discounter, ist nur ein kleinteiliges inhabergeführtes Geschäft anzutreffen. Damit besteht eine vergleichsweise geringe Angebotsüberschneidung mit den Randsortimenten in den geplanten Möbelmärkten, weshalb eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen in der Warengruppe Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik nicht zu erwarten ist.

Die Warengruppe Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen umfasst einen kleinflächigen Kernsortimentsanbieter (ein filialisiertes Matratzen-Fachgeschäft, das nur einen Teil der Sortimente der untersuchungsrelevanten Warengruppe anbietet). Die monetäre Ausprägung der Umsatzumverteilungen ist mit insgesamt 0,2 Mio. Euro zwar vergleichsweise gering. Dennoch ist die prozentuale Umverteilung mit 44 % so hoch, dass ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen ist.

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der Warengruppe elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten gehen im Wesentlichen zu Lasten des großflächigen Elektronikfachmarktes, aber betreffen auch ein kleinflächiges inhabergeführtes Geschäft. Bei einer prognostizierten Umsatzumverteilung von 33 % bzw. 1,1 Mio. Euro ist ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen.

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der Warengruppe elektrische Haushalts-Großgeräte, Leuchten gehen im Wesentlichen zu Lasten des großflächigen Elektronikfachmarktes, aber betreffen auch ein kleinflächiges inhabergeführtes Geschäft. Bei einer geringen prognostizierten Umsatzumverteilung von 6 % bzw. 0,1 Mio. Euro ist ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

## 3. Summarische Betrachtung

- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (14 % bzw. 0,5 Mio. Euro)
- Elektrische Haushaltsgroßgeräte (24 % bzw. 0,5 Mio. Euro)
- Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten (35 % bzw. 1,2 Mio. Euro)

Im Rahmen der summarischen Betrachtung der übrigen untersuchungsrelevanten Warengruppen, die sowohl für das Einkaufszentrum als auch als Randsortimente für die Möbelmärkte geplant werden, liegen die Umsatzumverteilungen erwartungsgemäß über denen der Einzelbetrachtung. Eine Wettbewerbsverschärfung und ggf. Betriebsschließungen sind nicht

---

auszuschließen. Insbesondere aufgrund der Betroffenheit aller Sortimente kann eine Schwächung der Einzelhandelslagen außerhalb des Einkaufszentrums nicht ausgeschlossen werden.

---

### Fazit

---

- Das Einzelhandelsangebot im Hauptzentrum Pankow ist in einer Vielzahl zentrenrelevanter Warengruppen durch hohe Umverteilungsquoten betroffen. Es wird zu erheblichen Auswirkungen auf den Magnetbetrieb Rathaus-Center sowie auch den übrigen, vornehmlich kleinteiligen Einzelhandel insbesondere in der Breiten Straße, Berliner Straße und Florastraße kommen.
- Städtebauliche Auswirkungen sind sowohl aufgrund der geplanten Ansiedlungen im Bereich der Einzelhandelskonzentration (ggf. auch als Einkaufszentrum) zu erwarten, als auch aufgrund der zentrenrelevanten Randsortimente der geplanten Möbelmärkte.
- Dabei sind die Umsatzumverteilungen im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Pankow, in dem sich der Vorhabenstandort der geplanten Einzelhandelskonzentration befindet, anders zu gewichten und zu bewerten als die Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche. So kann das Vorhaben als Einzelhandelsentwicklung an geeigneter Stelle und in geeigneter Dimensionierung innerhalb des Zentrums zu einer Steigerung der Attraktivität des Hauptzentrums insgesamt führen und dazu beitragen, bestehende quantitative und qualitative Schwächen zu beheben.
- Gleichzeitig sind jedoch auch negative Auswirkungen auf bestehende Lagen innerhalb des Hauptzentrums Pankow zu erwarten. Die Randlage, der Zuschnitt und das Umfeld des Vorhabenstandortes werden nur einen punktuellen und bezüglich der Trennwirkung der Bahnstrecke suboptimalen Anschluss ermöglichen. Mögliche Synergien zwischen bestehenden Einzelhandelslagen im Hauptzentrum stehen der Gefahr einer Schwächung der Vielfalt des Angebotes sowie abnehmender Passantenfrequenzen in diesen Bereichen gegenüber. Wenn gleich unter rein funktionalen Gesichtspunkten festzuhalten ist, dass das Hauptzentrum Pankow insgesamt mit Umsetzung der Vorhaben eine quantitative und funktionale Stärkung erfahren wird.

Geeignete Maßnahmen zur Sicherung und Stärkung des Hauptzentrums in seiner Gesamtheit sollten einer strukturellen Schiefelage entgegenwirken. Eine Einleitung der (oder zumindest wesentlicher) Maßnahmen sollte möglichst frühzeitig stattfinden, so dass diese noch vor bzw. spätestens mit der Eröffnung der Einzelhandelsnutzungen am westlichen Pol (Einzelhandelskonzentration) greifen können, um entsprechende Friktionen so gering wie möglich zu halten. Es ist darauf hinzuweisen, dass einige Entwicklungen bereits eingeleitet sind, auch könnten bereits bestehende Bausteine weiterentwickelt bzw. gesichert und gestärkt werden. Beispielhaft seien dazu genannt:

- Das Vorhaben auf dem ehemaligen Kaufhallengrundstück (B-Plan 3-35, geplante Offenlage Dezember 2025, Umsetzung nach B-Plan-Festsetzung im Jahr 2026).
  - Der auf dem Anger etablierte Wochenmarkt. Er sollte in seiner Funktion als (Handels-) Treffpunkt und Frequenzerzeuger gesichert und gestärkt werden.
-

- Der Bereich Ecke Breite Straße/Berliner Straße mit dem Tröpfelbrunnen „Kletternde Kinder“ könnte als Platz aufgewertet werden (Förderung ggf. über das Berliner Plätzeprogramm).

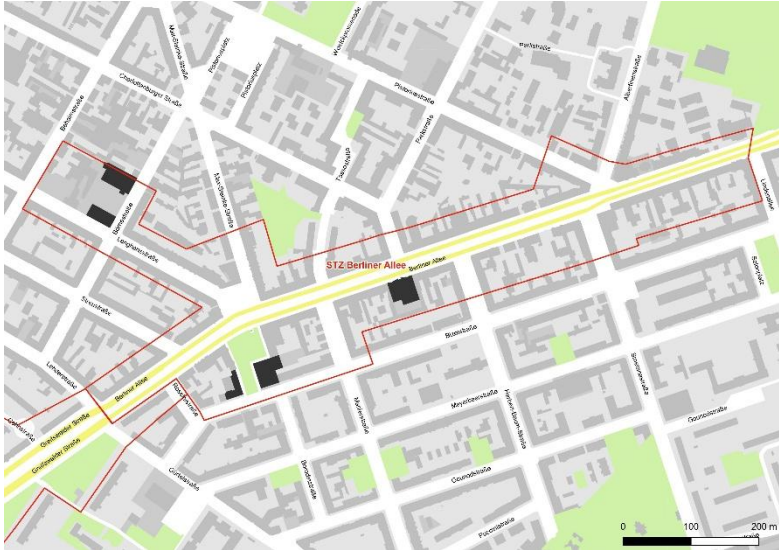
Zudem ist bei der Weiterentwicklung des Hauptzentrums Pankow neben der öffentlichen Hand auch ein aktives Mitwirken weiterer Akteure, wie Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer sowie Betreiber, unabdingbar. Dies ist grundsätzlich bereits vor dem Hintergrund des Strukturwandels des Einzelhandels und insbesondere rückgängiger Verkaufsflächen insbesondere in den städtischen Zentren notwendig und eben insbesondere auch mit Blick auf die Veränderungen im Hauptzentrum Pankow. Im Sinne einer Sicherung und vor allem Stärkung der Versorgungsfunktion des Zentrums in seiner Gesamtheit muss es darum gehen, eine der Zentrenfunktion angemessene Multifunktionalität weiterzuentwickeln. Das bedeutet, dass freiwerdende Einzelhandelsflächen auch durch verschiedene Dienstleistungen, wie beispielsweise Gesundheitseinrichtungen und gastronomische Angebote nachgenutzt werden sollten. An geeigneten Standorten ist zudem, insbesondere in den Obergeschossen auch die Option Wohnnutzung in Erwägung zu ziehen.

---



**Stadtteilzentrum Berliner Allee**

**Untersuchungsrelevante Eckdaten**

Verkaufsfläche	rd. 11.500 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	98	
Umsatz	rd. 56 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	-	
Magnetbetriebe	Aldi, Bio Company, denn's Bio-markt, Edeka, Getränke Hoffmann, Rossmann (2x), Woolworth	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 3,2 km Luftlinie rd. 3,4 km Luftlinie	Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025

**Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums**

Die Stadtteilzentren Berliner Allee und Greifswalder Straße Nord gehen ineinander über. Das Stadtteilzentrum Berliner Allee erstreckt sich im Wesentlichen linear entlang der Berliner Allee zwischen Lindenallee im Osten und Lehderstraße im Westen und umfasst zudem einen Teilbereich der Langhansstraße. Im weiteren Verlauf der Berliner Allee Richtung Südwesten schließt unmittelbar das Stadtteilzentrum Greifswalder Straße Nord an. Es besteht durch Anschluss an S-Bahn sowie Straßenbahn- und Buslinien eine sehr gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV.

Insgesamt verfügt das Stadtteilzentrum in den projektrelevanten Warengruppen über rund 11.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einen geschätzten Umsatz von insgesamt rund 56 Mio. Euro (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung.

Das Stadtteilzentrum Berliner Allee verfügt über ein ausgewogenes, grundversorgungsrelevantes Angebot, ein ergänzendes kleinteiliges Angebot zentrenprägender Sortimente sowie gut integrierte Lebensmittelbetriebe. Aufgrund der großen Längenausdehnung weist das Zentrum funktionale Brüche auf und wirkt instabil. Im östlichen Abschnitt kommen verstärkt Mängel in der Bausubstanz zum Tragen. Der verkehrsbelastete öffentliche Raum bietet geringe Aufenthaltsqualität, vor allem durch die Verkehrsbelastung mit der 4-Spurigen Straße. Dennoch bildet die räumliche Nähe zum Strandbad Weißensee einen Ausgleich mit Freizeitcharakter.

**Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben**

Für das Stadtteilzentren Berliner Allee ergeben sich in der Berechnung in folgenden Warengruppen/Sortimenten absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 %:

---

### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Bekleidung (13 % bzw. 0,5 Mio. Euro)
- Schuhe/Lederwaren (12 % bzw. 0,1 Mio. Euro)
- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/ Zeitschriften (5% bzw. 0,1 Mio. Euro)

Die Warengruppe Bekleidung umfasst im Stadtteilzentrum Berliner Allee insgesamt zehn Kernsortimentsanbieter. Das untersuchungsrelevante Angebot setzt sich aus filialisierten Anbietern (sechs Betriebe) und inhabergeführten Fachgeschäften (vier Betriebe) zusammen, wobei das Angebotsniveau überwiegend einfach und discountorientiert ist. Es gibt einen großflächigen Filialisten. Aufgrund der Verteilung der monetär geringen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf eine Vielzahl von Anbietern ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

Das untersuchungsrelevante Angebot in den Warengruppe Schuhe/Lederwaren umfasst insgesamt zwei Kernsortimentsanbieter, die kleinteilige, inhabergeführte Betriebe sind. Aufgrund der sehr geringen monetären Umsatzumverteilung von 0,1 Mio. Euro ist kein Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten.

Die Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften wird im Stadtteilzentrum Berliner Allee u. a. von zwei Buchhandlungen und zwei Schreibwarengeschäften sowie als Randsortiment angeboten. Die prognostizierte Umsatzumverteilung von 5 % bzw. 0,1 Mio. Euro verteilt sich damit auf mehrere Anbieter. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.

### 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

### 3. Summarische Betrachtung

- Elektrische Haushalts-Großgeräte (13 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

Im Rahmen der summarischen Betrachtung der untersuchungsrelevanten Warengruppen, die sowohl für die Einzelhandelskonzentration als auch für die Randsortimente im Bereich der Fachmarkttagglomeration Möbel geplant sind, liegen die Umsatzumverteilungen erwartungsgemäß über denen der Einzelbetrachtung. In der Gesamtschau ergibt sich in der Warengruppe eine Umverteilungsquote von 13 %. Insgesamt ist angesichts der äußerst geringen monetären Umsatzumverteilung von 0,1 Mio. Euro kein Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten.


---

### **Fazit**

- Für das Stadtteilzentrum Berliner Allee ergeben sich mehrfache Betroffenheiten durch Umverteilungsquoten in mehreren zentrenrelevanten Warengruppen.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist aufgrund der geplanten Vorhaben nicht zu erwarten.
-

**Stadtteilzentrum Greifswalder Straße Nord**

**Untersuchungsrelevante Eckdaten**

Verkaufsfläche	rd. 23.900 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	51	
Umsatz	rd. 118 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	Mühlenberg-Center mit Woolworth, Action, Netto dansk	
Magnetbetriebe	Aldi, Alnatura, Bio Company, denn's Biomarkt, dm, Media Markt, Edeka (2x), OBI, Rewe City, Rossmann, Woolworth (2x),	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel		rd. 3,2 km Luftlinie rd. 3,4 km Luftlinie

Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025

**Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums**

Das Stadtteilzentrum Greifswalder Straße Nord schließt unmittelbar an das Stadtteilzentrum Berliner Allee an. Es erstreckt sich bandförmig entlang der Greifswalder Straße zwischen Lehderstraße und der S-Bahnstation Greifswalder Straße.

Insgesamt verfügt das Stadtteilzentrum in den projektrelevanten Warengruppen über rund 23.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Auf dieser wird ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 118 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen Baumarktsortimente, Nahrungs- und Genussmittel und Neue Medien, Unterhaltungselektronik.

Das Stadtteilzentrum Greifswalder Straße Nord ist ein nach funktionalen Gesichtspunkten organisiertes Zentrum mit einem grundversorgungsrelevanten Angebot. Die großformatigen Anbieter (u. a. das Einkaufszentrum Mühlenberg-Center, der Fachmarktstandort Greifswalder Straße Ecke Ostseestraße sowie verschiedene Lebensmittelmärkte) sind eher punktuell gesetzt, wodurch keine zusammenhängende Auflage entsteht. Dazwischen befindet sich kleinteiliger, dienstleistungsgeprägter Besatz. Das Zentrum weist weder gewachsene Strukturen noch städtebauliche Qualitäten auf. Auch die Aufenthaltsqualität ist als gering zu bewerten, vor allem durch die Verkehrsbelastung mit der vierspurigen Straße.

---

## Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

---

Für das Stadtteilzentrum Greifswalder Straße Nord ergeben sich in der Berechnung in folgenden Warengruppen/Sortimenten absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 % :

### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Bekleidung (12 % bzw. 0,3 Mio. Euro)
- Schuhe/Lederwaren (12 % bzw. 0,4 Mio. Euro)
- Fahrräder und Zubehör (22 % bzw. 0,1 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Großgeräte (9 % bzw. 0,5 Mio. Euro)
- Neue Medien, Unterhaltungselektronik (7 % bzw. 1,7 Mio. Euro)

Die Warengruppe Bekleidung umfasst im Stadtteilzentrum Greifswalder Straße Nord insgesamt 3 Kernsortimentsanbieter. Dabei handelt es sich um filialisierte Anbieter, von denen zwei im Mühlenberg-Center ansässig sind. Das Angebotsniveau ist discountorientiert. Die monetär geringen Auswirkungen verteilen sich somit auf mehrere Anbieter. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe Schuhe/Lederwaren umfasst insgesamt zwei Kernsortimentsanbieter, einen Filialisten und einen inhabergeführten Betrieb. Wie im Bereich Bekleidung ist aufgrund der geringen monetären Auswirkungen und der Betroffenheit mehrerer Betriebe ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

In der Warengruppe Fahrräder und Zubehör ist ein kleinflächiger Kernsortimentsanbieter ansässig. Es handelt sich dabei um ein Fahrradfachgeschäft, das über den stationären Einzelhandel hinausgehende Dienstleistungen anbietet, dazu gehören u. a. Reparatur und Inspektion. Aufgrund der monetär geringen und knapp über der Nachweisbarkeitsschwelle liegenden Auswirkungen in dieser Warengruppe und auch der sehr spezifischen Angebotsstrukturen ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs im Bereich Fahrräder und Zubehör und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

Das größte Angebot in den Warengruppen elektrische Haushalts-Großgeräte und Neue Medien, Unterhaltungselektronik entfällt auf einen großflächigen Elektronikfachmarkt. In der Warengruppe Neue Medien, Unterhaltungselektronik ist zudem ein inhabergeführtes Fachgeschäft ansässig. Das Fachgeschäft bietet über den stationären Einzelhandel hinausgehende Dienstleistungen an, dazu gehören Reparatur und Montage. Daneben gibt es Randsortimentsangebote. Da als möglicher Angebotsbaustein am Vorhabenstandort die Ansiedlung eines großflächigen Elektronikfachmarktes in Betracht kommt, besteht eine deutliche Angebotsüberschneidung mit dem im Zentrum ansässigen Elektronikfachmarkt. Dieser wäre zudem in mehreren Sortimenten betroffen, so dass eine Schließung dieses funktionstragenden Betriebes, auch mit Blick auf die dominante Rolle des Onlinehandels in diesen Warengruppen nicht ausgeschlossen werden kann. Daher ist ein Umschlagen von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, trotz der moderaten Umsatzumverteilungen von max. 9 %, in negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen.

---

## 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente, Einzelvorhaben)

- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (5 % bzw. 0,1 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten (18 % bzw. 1,3 Mio. Euro)

In der Warengruppe Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik ist ein Kernsortimentsanbieter vertreten. Dabei handelt es sich um einen kleinflächigen Filialisten. Der Großteil des Angebots in dieser Warengruppe entfällt jedoch auf Non-Food-Discounter bzw. Sonderpostenmärkte, einen Baumarkt, sowie Lebensmittel- und Drogeriemärkte, die diese Warengruppe als Randsortiment führen. Die sehr geringe prognostizierte Umsatzumverteilung von 5 % bzw. 0,1 Mio. verteilt sich somit auf mehrere Betriebe. Deshalb ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen in der Warengruppe Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik nicht zu erwarten ist.

Das Angebot in der Warengruppe elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten entfällt auf einen kleinteiligen Kernsortimentsanbieter sowie auf das Nebensortiment eines großflächigen Elektronikfachmarktes und eines Baumarktes. Eine Wettbewerbsverschärfung, die insbesondere den kleinen Anbieter trifft, ist wahrscheinlich, jedoch ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs insgesamt und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

## 3. Summarische Betrachtung

- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (7 % bzw. 0,1 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten (19 % bzw. 1,3 Mio. Euro)
- Elektrische Haushaltsgroßgeräte (13 % bzw. 0,7 Mio. Euro)

Im Rahmen der summarischen Betrachtung der untersuchungsrelevanten Warengruppen, die sowohl im Bereich der Einzelhandelskonzentration als auch Randsortimente im der Fachmarkttagglomeration Möbel geplant sind, liegen die Umsatzumverteilungen erwartungsgemäß über denen der Einzelbetrachtung. In der Gesamtschau ergeben sich in mehreren Warengruppen Umverteilungsquoten von zum Teil deutlich mehr als 10 %. Betriebsschließungen und damit eine Zunahme der Leerstände, nicht zuletzt auch aufgrund der Betroffenheit mehrerer Sortimente, sind anzunehmen. Da als möglicher Angebotsbaustein am Vorhabenstandort die Ansiedlung eines großflächigen Elektronikfachmarktes in Betracht kommt, besteht eine deutliche Angebotsüberschneidung mit dem im Zentrum ansässigen Elektronikfachmarkt. Dieser wäre zudem in mehreren Sortimenten betroffen, so dass eine Schließung dieses funktionstragenden Betriebes nicht ausgeschlossen werden kann. Damit ist ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen.

---

### Fazit

- Für das Stadtteilzentrum Greifswalder Straße Nord ergibt sich eine mehrfache Betroffenheit durch hohe Umverteilungsquoten in den zentrenrelevanter Warengruppen elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten und Elektrische Haushaltsgroßgeräte.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist besonders mit Blick auf die summarische Betrachtung nicht auszuschließen.
-

**Stadtteilzentrum Schönhauser Allee**

**Untersuchungsrelevante Eckdaten**

Verkaufsfläche	rd. 30.200 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	287	
Umsatz	rd. 153 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	Schönhauser Allee Arcaden mit C&A, Deichmann, denn's Biomarkt, H&M, Mango, Medi Max, Netto Marken-Discount, Thalia, Rewe	
Magnetbetriebe	Alnatura, Bio Company, Budni, dm, Kutzner & Kutzner Biomarkt, Netto, Rewe, Rewe City, Rossmann (2x)	<p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025</p>
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 2,5 km Luftlinie rd. 3,2 km Luftlinie	

**Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums**

Das Stadtteilzentrum Schönhauser Allee erstreckt sich im Wesentlichen bandförmig entlang der Schönhauser Allee und Teilbereichen angrenzender Straßen zwischen Wisbyer Straße/Bornholmer Straße im Norden und Sredzkistraße im Süden. Es besteht durch Anschluss an S-Bahn, U-Bahn sowie Straßenbahn- und Buslinien eine sehr gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV. Insgesamt verfügt das Stadtteilzentrum in den projektrelevanten Warengruppen über rund 30.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 153 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen Bekleidung, Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel. Mehr als 40 % der Verkaufsfläche entfallen dabei

auf das Einkaufszentrum Schönhauser Allee Arcaden, indem sich auch die größten Anbieter des Stadtteilzentrums befinden.

Die Schönhauser Allee ist ein gewachsenes traditionelles Zentrum in einem Bereich mit hoher Siedlungsdichte. Charakteristisch für das Zentrum ist die Teilung der beiden Straßenseiten der Schönhauser Allee durch die Hochbahntrasse der U-Bahnlinie U 2. Durch diese Trennung, mit nur wenigen Querungsmöglichkeiten, entstehen keine ausgeprägten Synergien. Durch die hohe Verkehrsbelastung der vierspurigen Straße ist das Zentrum zwar sehr laut, wirkt aber andererseits auch lebendig und urban. Der urbane Charakter wird vor allem durch die gründerzeitliche Blockrandbebauung und die Geschossigkeiten generiert. Insbesondere im südlichen Abschnitt finden sich „szenige“ Geschäfte und Betriebe mit Spezialangeboten. Darüber hinaus sind Kultur-, Sport-, und Freizeiteinrichtungen vorhanden. Trotz des hohen Anteils an Gastronomie mit Außenbestuhlung lädt das Zentrum in seiner Hauptlage nur bedingt zum Verweilen ein.

---

### Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

---

Für das Stadtteilzentrum Schönhauser Allee ergeben sich in der Berechnung in folgenden Warengruppen/Sortimenten absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 % :

#### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/ Zeitschriften (5 % und 0,4 Mio. Euro)
- Bekleidung (16 % bzw. 3,8 Mio. Euro)
- Schuhe/Lederwaren (14 % bzw. 0,3 Mio. Euro)
- Sport- und Campingartikel (20 % und 0,4 Mio. Euro)
- Fahrräder und Zubehör (32 % bzw. 0,6 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Großgeräte (15 % bzw. 0,3 Mio. Euro)
- Neue Medien, Unterhaltungselektronik (11 % bzw. 0,9 Mio. Euro)
- Uhren/Schmuck (12 % bzw. 0,4 Mio. Euro)

Die Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften wird im Stadtteilzentrum Schönhauser Allee von 17 Kernsortimentsanbieter und als Randsortiment in den Lebensmittel- und Drogeriemärkten angeboten. Bei Umsatzumverteilungen von 5 % bzw. 0,4 Mio. Euro ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

Die Warengruppe Bekleidung umfasst im Stadtteilzentrum Schönhauser Allee insgesamt 56 Kernsortimentsanbieter. Davon befindet sich rund ein Viertel im Einkaufszentrum Schönhauser Allee Arcaden. Das Angebot ist centertypisch durch Filialisten geprägt. Außerhalb des Einkaufszentrums bestehen hauptsächlich kleinteilige inhabergeführte Fachgeschäfte. Die hohen monetären Umsatzumverteilungen verteilen sich zwar auf eine Vielzahl von Anbietern. Das Zentrum wird voraussichtlich seine Versorgungsaufgabe weiterhin wahrnehmen können, jedoch ist die Existenz des überwiegend kleinteiligen Facheinzelhandels außerhalb des Einkaufszentrums bereits bei geringen Umsatzeinbußen gefährdet. Ein Ausdünnen der Handelslagen, insbesondere außerhalb des Einkaufszentrums, kann eine Schwächung der Einzelhandelsfunktion nach sich ziehen. Vor dem Hintergrund der hohen Ausstattung in der Warengruppe Bekleidung ist jedoch ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe Schuhe/Lederwaren umfasst insgesamt vier Kernsortimentsanbieter. Es setzt sich aus einem großflächigen Filialisten innerhalb des

---

Einkaufszentrums und drei kleinteiligen, inhabergeführten Betrieben außerhalb des Einkaufszentrums zusammen. Angesichts der geringen monetären Auswirkungen, die sich auf mehrere Betriebe verteilen, ist ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

Im Sortiment Sport- und Campingartikel bestehen vier kleinflächige Kernsortimentsanbieter. Es handelt sich dabei um zwei Filialisten, welche sich im Einkaufszentrum befinden, und zwei inhabergeführte Sportfachgeschäfte außerhalb der Schönhauser Allee Arcaden. Die Existenz des überwiegend kleinteiligen Facheinzelhandels außerhalb des Einkaufszentrums ist bereits bei geringen Umsatzeinbußen gefährdet. Ein Ausdünnen der Handelslagen, insbesondere außerhalb des Einkaufszentrums, kann eine Schwächung der Einzelhandelsfunktion nach sich ziehen. Bei Auswirkungen von 20% Umsatzumverteilung ist ein Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen.

Fünf Kernsortimentsanbieter sind im Sortiment Fahrräder und Zubehör sind im Stadtteilzentrum Schönhauser Allee anzutreffen. Die fünf Fahrradläden verteilen sich gleichmäßig über den gesamten zentralen Versorgungsbereich. Auch hier gilt, dass für den Fall, dass einer – oder sogar zwei - der im Stadtteilzentrum vorhandenen Betriebe schließen sollte, immer noch mehrere Wettbewerber innerhalb des Zentrums verbleiben, so dass negative Folgewirkungen (i. S. v. Trading-Down-Effekten) nicht eintreten würden. Eine Umverteilung von 32 % ist somit tolerierbar.

Das größte Angebot in den Warengruppen elektrische Haushalts-Großgeräte und Neue Medien, Unterhaltungselektronik entfällt auf einen großflächigen Elektronikfachmarkt, der sich innerhalb des Einkaufszentrums befindet. Darüber hinaus gibt es sechs inhabergeführte Geschäfte. Da als möglicher Angebotsbaustein am Vorhabenstandort die Ansiedlung eines großflächigen Elektronikfachmarktes in Betracht kommt, besteht eine deutliche Angebotsüberschneidung mit dem im Zentrum ansässigen Elektronikfachmarkt. Dieser wäre zudem aufgrund der Auswirkungen auf Warengruppen seines Kern- und Randsortiments mehrfach betroffen. Eine Schließung dieses Betriebes würde ein Ausdünnen des Angebotes sowie Frequenzverlust nach sich ziehen, jedoch ist dabei ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

Das untersuchungsrelevante Angebot in den Warengruppen Uhren/Schmuck setzt sich im Wesentlichen aus kleinteiligen filialisierten sowie inhabergeführten Betrieben zusammen, die sich sowohl innerhalb des Einkaufszentrums als auch außerhalb befinden. Die monetären Auswirkungen verteilen sich dabei auf insgesamt neun Kernsortimentsanbieter im Bereich Uhren/Schmuck. Selbst im Falle von einzelnen Betriebsaufgaben ist ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

## 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente, Einzelvorhaben)

- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (7 % bzw. 0,1 Mio. Euro)
- Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten (21 % bzw. 0,4 Mio. Euro)

Mit 0,1 Mio. Euro bewegen sich die Umsatzumverteilungen in der Warengruppe Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik nur knapp oberhalb der Nachweisbarkeitsschwelle. Insgesamt sechs Kernsortimentsanbieter sind vertreten. Neben zwei Filialisten innerhalb des Einkaufszentrums entfällt das Gros der Anbieter auf kleinteilige inhabergeführte Geschäfte mit z. T. spezialisiertem Angebot (u. a. aus eigener Herstellung). Damit besteht eine vergleichsweise geringe Angebotsüberschnei-

derung mit den Randsortimenten der Fachmarkttagglomeration Möbel, weshalb eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen in der Warengruppe Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik nicht zu erwarten ist.

Das Angebot in der Warengruppe elektrische Haushalts-Großgeräte, Leuchten entfällt auf zwei kleinteilige Kernsortimentsanbieter sowie auf das Nebensortiment eines großflächigen Elektronikfachmarktes in den Schönhauser Allee Arcaden. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen kann nicht ausgeschlossen werden.

### 3. Summarische Betrachtung

- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (8 % bzw. 0,2 Mio. Euro)
- Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände (7% bzw. 0,1 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten (22 % bzw. 0,4 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Großgeräte (16 % bzw. 0,3 Mio. Euro)

Mit 0,1 Mio. Euro bewegen sich die Umsatzumverteilungen in der Warengruppe Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände nur knapp oberhalb der Nachweisbarkeitsschwelle. Es existieren insgesamt elf Kernsortimentsanbieter, wobei es sich um kleinteilige inhabergeführte Betriebe mit einem z. T. sehr individuellen Angebot handelt. Aufgrund der monetär sehr geringen Auswirkungen in dieser Warengruppe und auch der spezifischen Angebotsstrukturen ist ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

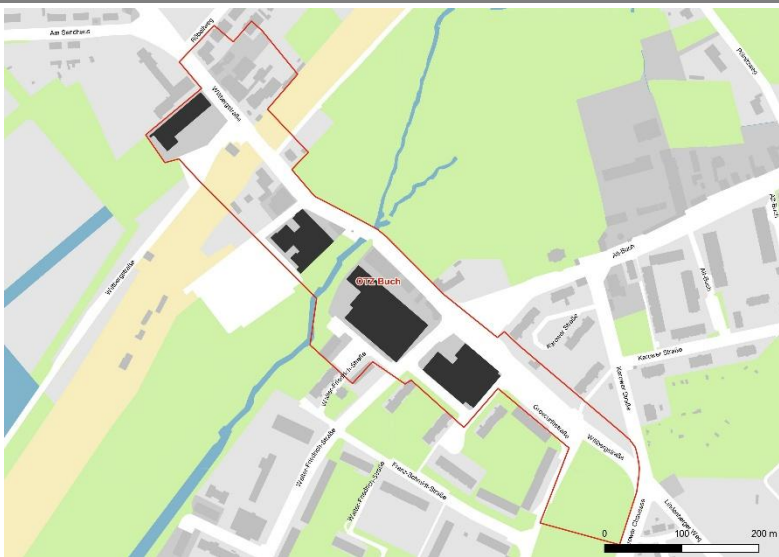
Im Rahmen der summarischen Betrachtung der untersuchungsrelevanten Warengruppen, die sowohl für die Einzelhandelskonzentration als auch als Randsortimente der Fachmarkttagglomeration Möbel geplant werden, liegen die Umsatzumverteilungen erwartungsgemäß über denen der Einzelbetrachtung. Das betrifft insbesondere die Warengruppen elektrische Haushalts-Großgeräte und Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten. Eine Wettbewerbsverschärfung und ggf. Betriebsschließungen sind nicht auszuschließen. Es besteht eine deutliche Angebotsüberschneidung mit dem im Zentrum ansässigen Elektronikfachmarkt. Dieser wäre zudem aufgrund der Auswirkungen auf Warengruppen seines Kern- und Randsortiments mehrfach betroffen. Zwar ist ein gänzliches Wegbrechen des Angebotes der einzelnen Warengruppen nicht abzusehen. Jedoch kann insbesondere aufgrund der Betroffenheit aller Sortimente die Schwächung der Einzelhandelslagen außerhalb des Einkaufszentrums nicht ausgeschlossen werden.

### **Fazit**

- Das Stadtteilzentrum Schönhauser Allee ist ein weitgehend stabiles, im Hinblick auf die Versorgungsfunktion überdurchschnittlich ausgestattetes Zentrum.
- Infolge der Vorhabenrealisierungen in den geplanten Dimensionierungen sind wettbewerbliche Auswirkungen zu erwarten.
- Vor diesem Hintergrund sind strukturelle Veränderungen innerhalb des Stadtteilzentrums zwar möglich, jedoch besteht keine Gefährdung der Funktion des Zentrums in seiner Gesamtheit.
- Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist in einigen Warengruppen nicht auszuschließen.

**Ortsteilzentrum Buch**

**Untersuchungsrelevante Eckdaten**

Verkaufsfläche	rd. 10.500 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	35	
Umsatz	rd. 65 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	Schlossparkpassage mit den's Biomarkt, Jysk, Kaufland, Müller, Rossmann	
Magnetbetriebe	Deichmann, kik, Netto Marken-Discount	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 9,2 km Luftlinie rd. 8,1 km Luftlinie	Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025

**Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums**

Das Ortsteilzentrum Buch erstreckt sich bandförmig entlang der Wiltbergstraße vom Röbellweg im Norden bis zur Karower Chaussee im Süden. Es besteht durch Anschluss an S-Bahn sowie Buslinien eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV.

Insgesamt verfügt das Stadtteilzentrum in den projektrelevanten Warengruppen über rund 10.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 65 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung sowie Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel.

Das Zentrum weist zwei, durch S-Bahn-Gleise getrennte Teilbereiche auf: Im Nordwesten befindet sich ein eher auf Autokunden ausgerichteter Standort mit discountorientierten Anbietern. Dieser Bereich weist Mängel im öffentlichen Raum und an Fassaden auf. Im Südosten befindet sich die Schlosspark-Passage in einer Fußgängerzone mit einem SB-Warenhaus als Magnetbetrieb und ergänzendem kleinteiligem Besatz an Einzelhandelsbetrieben mit Angebot zur mittelfristigen Bedarfsdeckung. Die Passage lässt einen hohen Gestaltungsanspruch an den öffentlichen Raum erkennen und bietet Aufenthaltsqualität.

**Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben**

Für das Ortsteilzentrum Buch ergeben sich für die Berechnung zur Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) in folgenden Warengruppen absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 % :

### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Bekleidung (9 % bzw. 0,2 Mio. Euro)
- Schuhe/Lederwaren (10 % bzw. 0,2 Mio. Euro)

Das von diesen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen betroffene, untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppen Bekleidung setzt sich aus kleinteiligen filialisierten sowie inhabergeführten Anbietern zusammen. Die monetär geringen Auswirkungen verteilen sich dabei auf vier Kernsortimentsanbieter im Bereich Bekleidung. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der Warengruppe Schuhe/Lederwaren betreffen im Wesentlichen einen Kernsortimentsanbieter, wobei es sich um einen filialisierten Fachmarkt handelt. Die prognostizierten Umsatzumverteilungen werden im Wesentlichen zu Lasten dieses Anbieters gehen, der am Markt jedoch weitgehend stabil aufgestellt ist. Im Falle einer Geschäftsaufgabe des Anbieters wäre ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen.

### 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

### 3. Summarische Betrachtung

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.


---

### **Fazit**

- Das Stadtteilzentrum Buch befindet sich in großer Entfernung zu den Vorhabenstandorten.
  - Es handelt sich um ein stabiles Ortsteilzentrum.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist in der Warengruppe Schuhe/Lederwaren nicht auszuschließen.
-

## Ortsteilzentrum Karow

### Untersuchungsrelevante Eckdaten

Verkaufsfläche	rd. 3.400 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	24	
Umsatz	rd. 24 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	-	
Magnetbetriebe	Rewe, Netto dank, Netto Marken-Discount	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 7,4 km Luftlinie rd. 6,3 km Luftlinie	Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025

### Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums

Das Ortsteilzentrum Karow erstreckt sich im Kreuzungsbereich der Bucher Straße und der Achillesstraße. Die ÖPNV-Anbindung erfolgt über Buslinien.

Insgesamt verfügt das Ortsteilzentrum in den projektrelevanten Warengruppen über rund 3.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 24 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Der Angebotsschwerpunkt liegt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.

Das Ortsteilzentrum Karow ist ein in den 1990er Jahren außerhalb des historischen Ortskerns Alt-Karow entstandenes Zentrum. Der halbrunde Gebäudekomplex („Karow-Nord Center“) mit Wohnnutzung in den oberen Geschossen bildet das Gelenk der insgesamt L-förmigen Struktur des Zentrums. Entlang der Achillesstraße gibt es ergänzenden, kleinteiligen Einzelhandelsbesatz. Die auf die Grundversorgung ausgerichteten Lebensmittelanbieter stellen die wesentlichen funktionstragenden Frequenzbringer dar. Das Zentrum zeichnet sich durch eine kompakte Struktur aus, gleichwohl herrscht bei starker Verkehrsbelastung eine geringe Einkaufsatmosphäre.

### Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

Für das Ortsteilzentrum Karow ergeben sich für die Berechnung zur Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) in der Warengruppe Bekleidung folgende absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 %:

#### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Bekleidung (12 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

Das von diesen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen betroffene, untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe Bekleidung setzt sich aus drei kleinteiligen inhabergeführten und einem filialisierten Kernsortimentsanbietern zusammen. Die monetär geringen Auswirkungen verteilen sich dabei auf vier Kernsortimentsanbieter im Bereich Bekleidung. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten

## 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

## 3. Summarische Betrachtung

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

---

### **Fazit**

- Die Magnetbetriebe des Ortsteilzentrums Karow sind der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zugehörig und nicht in relevanter Weise von den Vorhabenauswirkungen betroffen.
  - Die Versorgungsfunktion des Ortsteilzentrums Karow wird voraussichtlich nicht beeinträchtigt.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

**Ortsteilzentrum Prenzlauer Allee**

**Untersuchungsrelevante Eckdaten**

Verkaufsfläche	rd. 8.100 m <sup>2</sup>	<p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025</p>
Anzahl Betriebe	109	
Umsatz	58 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	-	
Magnetbetriebe	Lidl, Penny, Edeka, Netto dansk, Bio Company, dm	

Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel

rd. 3,4 m Luftlinie  
rd. 4,1 km Luftlinie

**Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums**

Das Ortsteilzentrum Prenzlauer Allee erstreckt sich bandförmig entlang der Prenzlauer Allee von der S-Bahn-Station Prenzlauer Allee im Norden bis zur Saarbrücker Straße im Süden. Es besteht durch Anschluss an S-Bahn, Straßenbahn- und Buslinien eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV.

Insgesamt verfügt das Ortsteilzentrum in den projektrelevanten Warengruppen über rund 8.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 58 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Der Angebotsschwerpunkt liegt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Die größten Anbieter sind fünf strukturprägende Lebensmittelmärkte.

Das Ortsteilzentrum Prenzlauer Allee ist durch gründerzeitliche Blockrandbebauung geprägt. In

den Erdgeschosszonen erstreckt sich entlang der vierspurig ausgebauten Straße ein nahezu geschlossener, durch Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe unterbrochener kleinteiliger Einzelhandelsbesatz. Auf der vollen Länge wird die Straße von Straßenbahngleisen durchschnitten, die eine Austauschbeziehung zwischen den beiden Straßenseiten deutlich erschweren. Es handelt sich insgesamt um ein durch Wohnen geprägtes, urbanes Zentrum mit hoher Verkehrsbelastung und geringer Einkaufsatmosphäre.

---

### **Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben**

---

Für das Ortsteilzentrum Prenzlauer Allee ergeben sich für die Berechnung zur Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) in folgenden Warengruppen absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 %:

#### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Bekleidung (9 % bzw. 0,2 Mio. Euro)
- Fahrräder und Zubehör (19 % bzw. 0,4 Mio. Euro)
- Uhren/Schmuck (8 % bzw. 0,3 Mio. Euro)

Das von diesen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen betroffene, untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe Bekleidung setzt sich aus kleinteiligen inhabergeführten Anbietern zusammen. Die monetär geringen und knapp über der Nachweisbarkeitsschwelle liegenden monetären Auswirkungen verteilen sich dabei zwar auf acht Kernsortimentsanbieter. Auch wenn festzustellen ist, dass der inhabergeführte Einzelhandel einem zusätzlichen Wettbewerbsdruck ausgesetzt ist, der durch den Onlinehandel noch verstärkt wird, ist davon auszugehen, dass ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen aufgrund eines gänzlichen Funktionsverlustes innerhalb dieser Warengruppe nicht zu erwarten ist.

Im Sortiment Fahrräder und Zubehör bestehen fünf kleinflächige Fahrradfachgeschäfte. Diese Läden bieten zudem über den stationären Einzelhandel hinausgehende Dienstleistungen an, dazu gehören u. a. Fahrradverleih und -werkstatt. Das sich die ermittelten monetären Auswirkungen in dieser Warengruppe auf mehrere Anbieter verteilen, und diese zudem ein spezialisiertes Angebot aufweisen, ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs im Sortiment Fahrräder und Zubehör und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe Uhren/Schmuck setzt sich im Wesentlichen aus kleinteiligen inhabergeführten Fachgeschäften zusammen. Die monetär geringen Auswirkungen verteilen sich dabei auf insgesamt acht Kernsortimentsanbieter. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen in der Warengruppe Uhren/Schmuck ist nicht zu erwarten.

#### 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

#### 3. Summarische Betrachtung

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

---

---


## Fazit

---

- Die Magnetbetriebe des Ortsteilzentrums Prenzlauer Allee sind der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zugehörig und nicht in relevanter Weise von den Vorhabenauswirkungen betroffen.
  - Die Versorgungsfunktion des Ortsteilzentrums Prenzlauer Allee insgesamt wird voraussichtlich nicht beeinträchtigt.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

## Nahversorgungszentrum Greifswalder Straße Süd

### Untersuchungsrelevante Eckdaten

Verkaufsfläche	rd. 5.400 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	64	
Umsatz	rd. 31 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	-	
Magnetbetriebe	Bio Company, Edeka	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 4,1 km Luftlinie rd. 4,7 km Luftlinie	<p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025</p>

### Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums

Das Nahversorgungszentrum Greifswalder Straße Süd erstreckt sich entlang der Greifswalder Straße zwischen Danziger Straße im Norden und der Straße Am Friedrichshain im Süden sowie Teilbereichen der Hufelandstraße und der Marienburger Straße. Es besteht durch Anschluss an Straßenbahn- und Buslinien eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV.

Insgesamt verfügt das Nahversorgungszentrum Greifswalder Straße Süd in den projektrelevanten Warengruppen über rund 5.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 31 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Der Angebotsschwerpunkt liegt in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel.

Das Nahversorgungszentrum Greifswalder Straße Süd ist durch gründerzeitliche Blockrandbebauung geprägt, die dem Abschnitt eine klar definierte, straßenbegleitende Raumkante verleiht. In den Erdgeschosszonen erstreckt sich entlang der vierspurig ausgebauten Straße ein nahezu geschlossener, durch Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe unterbrochener kleinteiliger Einzelhandelsbesatz. Auf der vollen Länge wird die Straße von Straßenbahngleisen durchschnitten, die eine Austauschbeziehung zwischen den beiden Straßenseiten deutlich erschweren. Es handelt sich insgesamt um ein durch Wohnen geprägtes, urbanes Zentrum mit Verkehrsbelastung und geringer Einkaufsatmosphäre.

### Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

Für das Nahversorgungszentrum Greifswalder Straße Süd ergeben sich für die Berechnung zur Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) in der Warengruppe Bekleidung absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 % :

### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Bekleidung (7 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

Das von diesen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen betroffene, untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe Bekleidung setzt sich aus kleinteiligen hauptsächlich inhabergeführten Anbietern zusammen. Die monetär geringen und knapp über der Nachweisbarkeitsschwelle liegenden Auswirkungen verteilen sich dabei auf insgesamt acht Kernsortimentsanbieter. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist – insbesondere vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums – nicht zu erwarten.

### 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

### 3. Summarische Betrachtung

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.


---

### **Fazit**

- Die Magnetbetriebe des Nahversorgungszentrums Greifswalder Straße Süd sind den nahversorgungsrelevanten Warengruppen nicht in relevanter Weise von den Vorhabenauswirkungen betroffen.
  - Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Greifswalder Straße Süd wird voraussichtlich nicht beeinträchtigt.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

## Nahversorgungszentrum Heinersdorf

### Untersuchungsrelevante Eckdaten

Verkaufsfläche	rd. 12.700 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	19	
Umsatz	rd. 104 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	-	
Magnetbetriebe	Aldi, Deichmann, Kaufland, Siemes Schuhcenter, Takko	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 2,1 km Luftlinie rd. 1,6 km Luftlinie	<p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025</p>

### Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums

Das Nahversorgungszentrum Heinersdorf befindet sich im südlichen Bereich der Romain-Rolland-Straße. Die ÖPNV-Anbindung erfolgt über Buslinien.

Insgesamt verfügt das Nahversorgungszentrum Heinersdorf in den projektrelevanten Warengruppen über rund 12.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 104 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Der Angebotschwerpunkt liegt in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Schuhe/Lederwaren sowie Neue Medien, Unterhaltungselektronik.

Das Nahversorgungszentrum Heinersdorf ist ein nach funktionalen Gesichtspunkten organisiertes und auf Autokunden ausgerichtetes Zentrum. Der Einzelhandelsbesatz besteht im Wesentlichen aus großformatigen Fachmärkten, allen voran ein SB-Warenhaus, mit vorgelagerten Pkw-Stellplätzen. Das Zentrum weist weder gewachsene Strukturen noch städtebauliche Qualitäten auf. Auch die Aufenthaltsqualität und die Einkaufsatmosphäre sind gering.

### Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

Für das Nahversorgungszentrum Heinersdorf ergeben sich für die Berechnung zur Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) in folgenden Warengruppen absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 %:

#### 1. Einkaufszentrum (Einzelvorhaben)

- Bekleidung (10 % bzw. 0,1 Mio. Euro)
- Schuhe/Lederwaren (9 % bzw. 0,6 Mio. Euro)
- Neue Medien, Unterhaltungselektronik (7 % bzw. 0,2 Mio. Euro)
- Zoo-/ Heimtierbedarf (10 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

Das Angebot in der Warengruppe Bekleidung stellt sich im Nahversorgungszentrum Heinersdorf untergeordnet dar. Mit einem Textildiscounter und als Randsortiment eines SB-Warenhauses besteht ein niedriges Preisniveau. Die monetären Auswirkungen sind sehr gering und liegen knapp oberhalb der Nachweisbarkeitsschwelle. Zudem ist das Angebot an Bekleidung in einem Nahversorgungszentrum nicht funktionstragend für die Versorgungsbedeutung. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist daher nicht zu erwarten.

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der Warengruppe Schuhe/Lederwaren verteilen sich auf insgesamt zwei Kernsortimentsanbieter, wobei es sich um zwei filialisierte Fachmärkte handelt. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs ist ebenso wie in der Warengruppe Bekleidung voraussichtlich nicht zu erwarten und somit ist auch ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen unwahrscheinlich.

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppen Neue Medien, Unterhaltungselektronik wird. Die geringen prozentualen und monetären prognostizierten Umsatzumverteilungen verteilen sich auf zwei kleinflächige Kernsortimentsanbieter. Auch bei unwahrscheinlichen aber möglichen Geschäftsaufgaben ist weder eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs noch ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten.

Das Angebot in der Warengruppe Zoo-/Heimtierbedarf stellt sich im Nahversorgungszentrum Heinersdorf untergeordnet dar. Es setzt sich hauptsächlich aus einem Kernsortimentsanbieter und als Randsortiment eines SB-Warenhauses zusammen. Die monetären Auswirkungen sind sehr gering und liegen knapp oberhalb der Nachweisbarkeitsschwelle. Zudem ist das Angebot an Zoo-/Heimtierbedarf in einem Nahversorgungszentrum nicht funktionstragend für die Versorgungsbedeutung. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist daher nicht zu erwarten.

## 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

## 3. Summarische Betrachtung

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

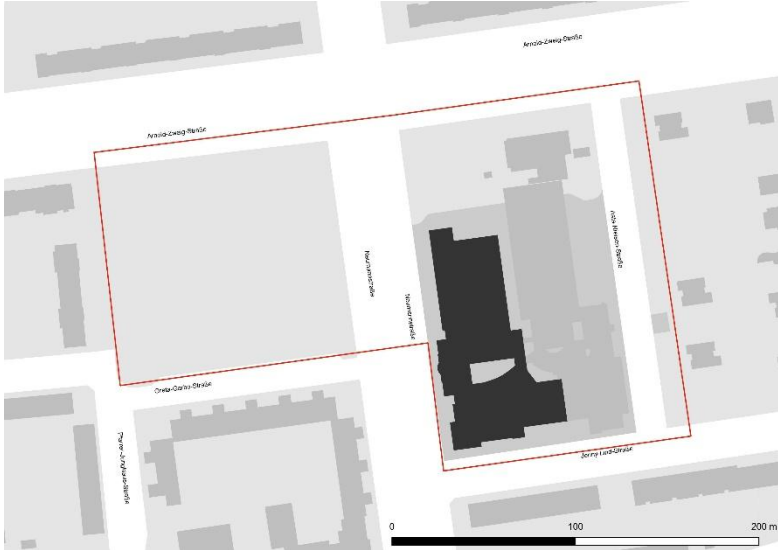
---

### **Fazit**

- Die Magnetbetriebe mit einem Kernsortimentsangebot in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sind nicht in relevanter Weise von den Vorhabenauswirkungen betroffen.
  - Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Heinersdorf wird voraussichtlich nicht beeinträchtigt.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

## Nahversorgungszentrum Neumannstraße

### Untersuchungsrelevante Eckdaten

Verkaufsfläche	rd. 7.400 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	14	
Umsatz	34 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	Neumann Forum: Aldi, Kik, Mäc Geiz, Möbel Company, Rewe, Rossmann, Tedi	
Magnetbetriebe		
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 0,8 km Luftlinie rd. 1,4 km Luftlinie	<p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025</p>

### Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums

Das Nahversorgungszentrum Neumannstraße befindet sich an der Neumannstraße zwischen Arnold-Zweig-Straße im Norden und Jenny-Lind-Straße im Süden. Die ÖPNV-Anbindung erfolgt lediglich über Buslinien.

Insgesamt verfügt das Nahversorgungszentrum Neumannstraße in den projektrelevanten Warengruppen über rund 7.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 34 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Der Angebotschwerpunkt liegt in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel sowie Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel.

Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich bei dem Nahversorgungszentrum Neumannstraße im Wesentlichen um einen mehrstöckigen Gebäudekomplex, das Neumann Forum, mit einem Mix aus Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie eingebettet in den Siedlungsschwerpunkt.

### Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

Für das Nahversorgungszentrum Heinersdorf ergeben sich für die Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) in der Warengruppe Bekleidung absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5:

#### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Bekleidung (11 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

Das von diesen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen betroffene, untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe Bekleidung setzt sich aus einem kleinteiligen inhabergeführten Anbieter und einem Textildiscounter zusammen. Aufgrund der geringen, knapp über der Nachweisbarkeitsschwelle liegenden monetären Auswirkungen und der nachrangigen Bedeutung der

Warengruppe Bekleidung in einem Nahversorgungszentrum ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion dieses zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

## 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

## 3. Summarische Betrachtung

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

---

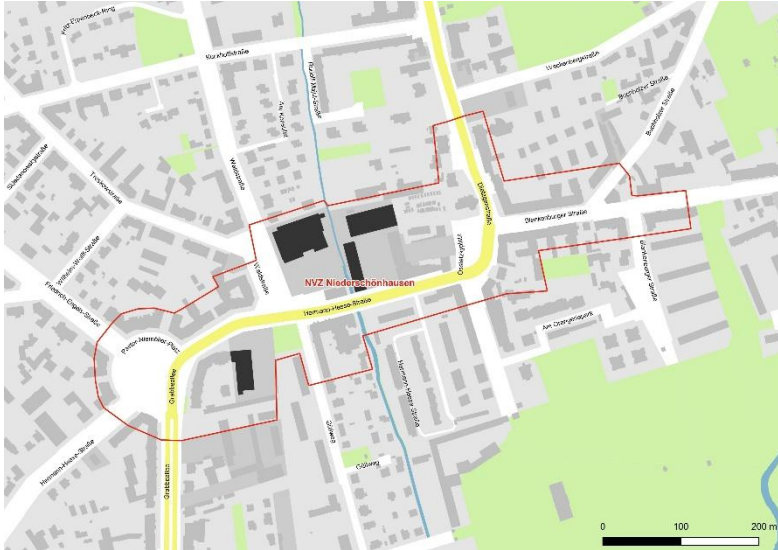
### **Fazit**

---

- Die Magnetbetriebe des Nahversorgungszentrums Neumannstraße sind den nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel zugehörig und nicht in relevanter Weise von den Vorhabenauswirkungen betroffen.
  - Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Neumannstraße wird voraussichtlich nicht beeinträchtigt.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

## Nahversorgungszentrum Niederschönhausen

### Untersuchungsrelevante Eckdaten

Verkaufsfläche	rd. 6.200 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	33	
Umsatz	rd. 43 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	Schlossparkcenter mit denn's Bio-markt, M&C Geiz, Penny, Rewe, Rossmann	
Magnetbetriebe	Netto Marken-Discount	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 1,7 km Luftlinie rd. 1,8 km Luftlinie	<p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025</p>

### Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums

Das Nahversorgungszentrum Niederschönhausen erstreckt sich vorrangig entlang der Herrmann-Hesse-Straße sowie des Pastor-Niemöller-Platzes und des westlichen Teils der Blankenburger Straße. Es besteht durch Anschluss an Straßenbahn- und Buslinien eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV.

Insgesamt verfügt das Nahversorgungszentrum in den projektrelevanten Warengruppen über rund 6.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 43 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Der Angebotsschwerpunkt liegt in den Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel.

Das Nahversorgungszentrum liegt im historischen Ortskern von Niederschönhausen, wobei die Bebauung heterogen aus kleinteiligen Bestandsgebäuden und großmaßstäblichen Einzelhandelsbauten besteht. Es befindet sich in fußläufiger Erreichbarkeit zum Schloss Schönhausen. Das Zentrum wird durch eine Ansiedlung großformatiger Einzelhandelsanbieter in zentraler Lage geprägt. Das Fachmarktzentrum Schlosspark-Center umfasst zusammen mit dem angrenzenden Lebensmittelmarkt die größten Anbieter des Nahversorgungszentrums. Außerhalb befindet sich – mit Ausnahme eines Lebensmitteldiscounters – überwiegend kleinteiliger Einzelhandelsbesatz mit ergänzenden Dienstleistungsanbietern. Insgesamt bestehen zum Teil deutliche Lücken im Besatz, weshalb kaum geschlossene Laufzonen entstehen. Zudem weist das Zentrum eine starke Verkehrsbelastung auf.

### Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

Für das Nahversorgungszentrum Niederschönhausen ergeben sich für die Berechnung zur Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) in folgenden Warengruppen absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 % :

---

### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel (5 % bzw. 0,4 Mio. Euro)
- Fahrräder und Zubehör (51 % bzw. 0,3 Mio. Euro)
- Neue Medien, Unterhaltungselektronik (11 % bzw. 0,2 Mio. Euro)

Die Warengruppe Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel wird im Nahversorgungszentrum Niederschönhausen von einem Drogeriemarkt, zwei Apotheken, einem Hörgeräte-Fachgeschäft sowie als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten angeboten. Bei einer Umsatzumverteilung von 5 % bzw. 0,4 Mio. Euro ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

In der Warengruppe Fahrräder und Zubehör existiert ein inhabergeführter Kernsortimentsanbieter. Bei einer prognostizierten Umsatzumverteilung von 51 % ist grundsätzlich eine Geschäftsaufgabe nicht auszuschließen. Trotz der hohen prozentualen Umverteilungsquote ist vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Niederschönhausen ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppen Neue Medien, Unterhaltungselektronik wird. Die geringen prozentualen und monetären prognostizierten Umsatzumverteilungen betreffen einen kleinflächigen Kernsortimentsanbieter (Plattenladen). Mit Blick auf das spezialisierte Angebotspektrum ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs im Bereich Neue Medien, Unterhaltungselektronik und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

### 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

### 3. Summarische Betrachtung

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

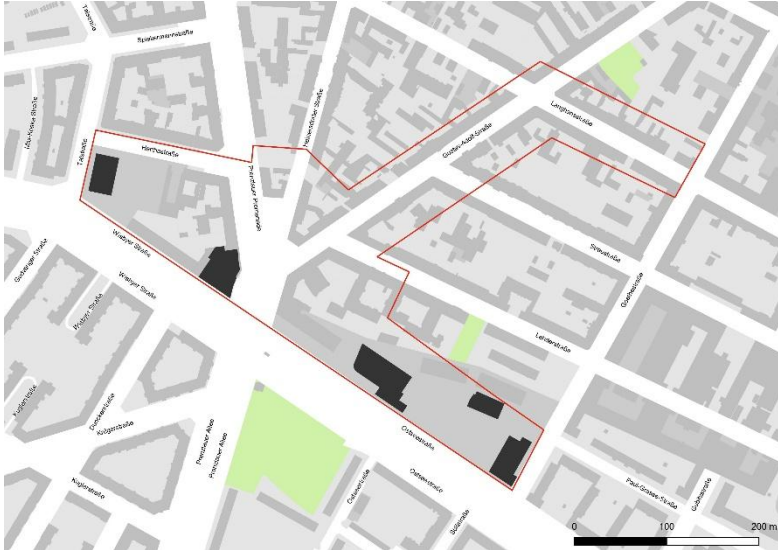
---

### **Fazit**

- Die Magnetbetriebe des Nahversorgungszentrums Niederschönhausen sind den nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel zugehörig und nicht in relevanter Weise von den Vorhabenauswirkungen betroffen.
  - Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Niederschönhausen wird voraussichtlich nicht beeinträchtigt.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

## Nahversorgungszentrum Weißenseer Spitze

### Untersuchungsrelevante Eckdaten

Verkaufsfläche	rd. 5.800 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	30	
Umsatz	rd. 28 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	-	
Magnetbetriebe	Aldi, denn's Bio-markt, dm, Fressnapf, Penny, Rewe,	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 2,0 km Luftlinie rd. 2,4 km Luftlinie	<p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025</p>

### Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums

Das Nahversorgungszentrum Weißenseer Spitze erstreckt sich im Wesentlichen bandförmig entlang der Gustav-Adolfstraße zwischen Langhansstraße im Norden und Ostseestraße im Süden. Es besteht durch Anschluss an U-Bahn und Buslinien eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV. Insgesamt verfügt das Nahversorgungszentrum Weißenseer Spitze in den projektrelevanten Warengruppen über rund 5.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 28 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Der Angebotschwerpunkt liegt in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel.

Das Nahversorgungszentrum ist durch Blockrandbebauung geprägt, die dem Straßenraum eine klare Fassung verleiht. Im nördlichen und im südlichen Teilbereich an der Ostseestraße befinden sich mit zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte die beiden größten Anbieter des Zentrums. In den Erdgeschosszonen ist ein kleinteiliger Einzelhandelsbesatz sowie eine den Einzelhandelsbesatz deutlich überwiegende Anzahl an ergänzenden Dienstleistungs- und gastronomischen Nutzungen zu finden. Es handelt sich insgesamt um ein durch Wohn- und Büronutzung geprägtes, urbanes Zentrum mit Verkehrsbelastung und geringer Einkaufsatmosphäre.

### Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

Für das Nahversorgungszentrum Weißenseer Spitze ergeben sich für die Berechnung zur Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) im Sortiment Fahrräder und Zubehör absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 %:

### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Fahrräder und Zubehör (30 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

In der Warengruppe Fahrräder und Zubehör existiert ein inhabergeführter Kernsortimentsanbieter. Bei den geringen, knapp über der Nachweisbarkeitsschwelle liegenden monetären Auswirkungen ist auch bei einer Zunahme wettbewerblicher Auswirkungen nicht davon auszugehen, dass das Angebot in der Warengruppe Fahrräder und Zubehör wegbricht. Zudem ist dieses Sortiment in einem Nahversorgungszentrum nicht als funktionstragend einzustufen. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion dieses zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist somit nicht zu erwarten.

### 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

### 3. Summarische Betrachtung

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

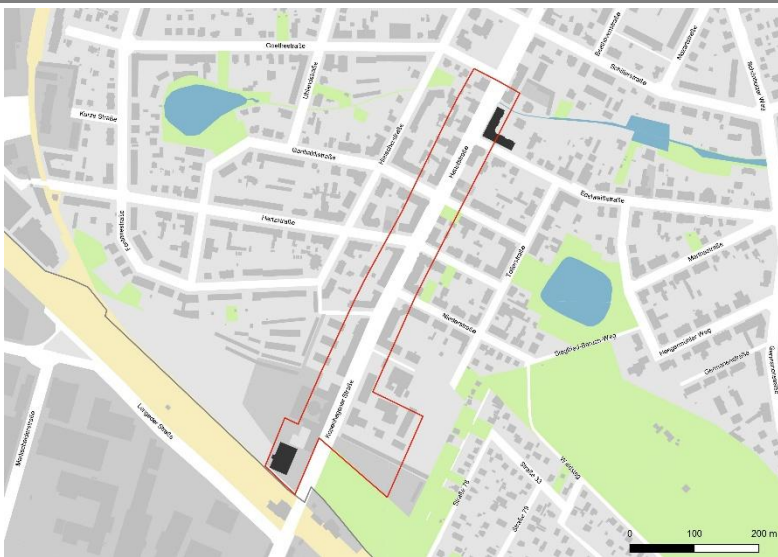
---

### **Fazit**

- Die Magnetbetriebe des Nahversorgungszentrums Weißenseer Spitze sind den nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel zugehörig und nicht in relevanter Weise von den Vorhabenauswirkungen betroffen.
  - Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Weißenseer Spitze wird voraussichtlich nicht beeinträchtigt.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

## Nahversorgungszentrum Wilhelmsruh

### Untersuchungsrelevante Eckdaten

Verkaufsfläche	rd. 1.800 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	16	
Umsatz	rd. 11 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	-	
Magnetbetriebe	Edeka, Norma	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 3,6 km Luftlinie rd. 4,2 km Luftlinie	<p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (Stadt+Handel 2016); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025</p>

### Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums

Das Nahversorgungszentrum Wilhelmsruh erstreckt sich im Wesentlichen bandförmig entlang der Kopenhagener Straße bzw. Hauptstraße zwischen der Goethestraße im Norden und der Bahnlinie im Süden. Es besteht durch Anschluss an S-Bahn und Buslinien eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV.

Insgesamt verfügt das Nahversorgungszentrum Wilhelmsruh in den projektrelevanten Warengruppen über rund 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 11 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Der Angebotschwerpunkt liegt in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel.

Das Im nördlichen und im südlichen Teilbereich befinden sich mit jeweils einem strukturprägenden Lebensmittelmarkt die beiden größten Anbieter des Zentrums. In den Erdgeschosszonen zwischen diesen Standorten erstreckt sich entlang der Hauptstraße ein kleinteiliger Einzelhandelsbesatz sowie eine den Einzelhandelsbesatz deutlich überwiegende Anzahl an ergänzenden Dienstleistungs- und gastronomischen Nutzungen. Es handelt sich insgesamt um ein durch Wohnnutzung geprägtes, urbanes Zentrum mit Verkehrsbelastung und geringer Einkaufsatmosphäre.

### Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

Für das Nahversorgungszentrum Wilhelmsruh ergeben sich für die Berechnung zur Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) im Sortiment Fahrräder und Zubehör absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 %:

### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Fahrräder und Zubehör (48 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

In der Warengruppe Fahrräder und Zubehör existiert ein inhabergeführter Kernsortimentsanbieter, mit dem weiteren Fokus auf Reparaturen. Bei den geringen, knapp über der Nachweisbarkeitsschwelle liegenden monetären Auswirkungen ist auch bei einer Zunahme wettbewerblicher Auswirkungen nicht davon auszugehen, dass das Angebot in der Warengruppe Fahrräder und Zubehör wegbricht. Zudem ist dieses Sortiment in einem Nahversorgungszentrum nicht als funktionstragend einzustufen. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion dieses zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist somit nicht zu erwarten.

### 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

### 3. Summarische Betrachtung

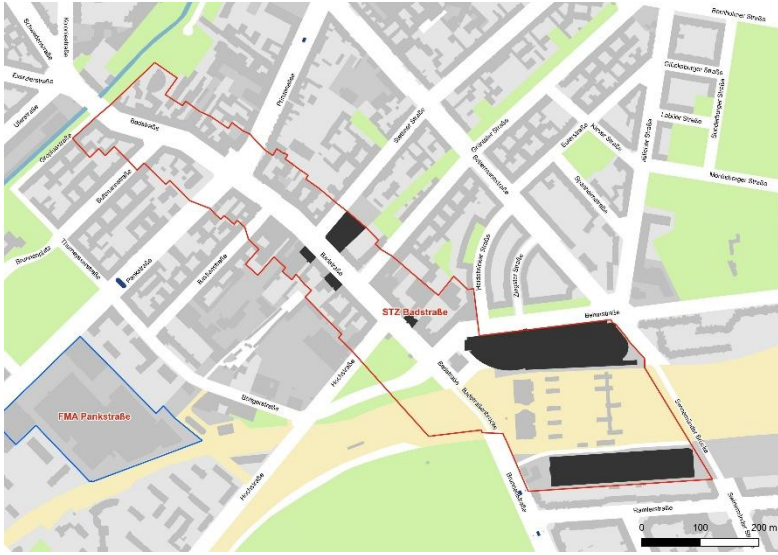
Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

---

### **Fazit**

- Die Magnetbetriebe des Nahversorgungszentrums Wilhelmsruh sind den nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel zugehörig und nicht in relevanter Weise von den Vorhabenauswirkungen betroffen.
  - Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Wilhelmsruh wird voraussichtlich nicht beeinträchtigt.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

## 5.4.2 Bezirk Mitte

<b>Stadtteilzentrum Badstraße</b>		
<b>Untersuchungsrelevante Eckdaten</b>		
Verkaufsfläche	rd. 38.300 m <sup>2</sup>	 <p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Mitte (Stadt+Handel 2021); Kartengrundlage: ALKIS Berlin 2025</p>
Anzahl Betriebe	154	
Umsatz	rd. 205 Mio. Euro.	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	Gesundbrunnen-Center mit Aldi, C&A, Decathlon, Deichmann, denn's Biomarkt, dm, H&M, Jysk, New Yorker, Rewe Center, Rossmann, Saturn, Thalia, TK Maxx	
Magnetbetriebe	Bolu Markt, dm, Eurogida, Kaufland, Kik, Lidl, Tedi, Woolworth	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration	rd. 2,7 km Luftlinie	
Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 3,9 km Luftlinie	
<b>Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums</b>		
<p>Das Stadtteilzentrum Badstraße im Berliner Bezirk Mitte erstreckt sich entlang der Badstraße zwischen der Gropiusstraße im Norden und der Ramlerstraße im Süden. Es besteht durch Anschluss an S-Bahn, U-Bahn sowie Straßenbahn- und Buslinien eine sehr gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV. Darüber hinaus halten am Bahnhof Gesundbrunnen verschiedene Fernzüge und Regionalbahnen, die auch eine überregionale Anbindung gewährleisten. Der Kreuzungsbahnhof stellt einen wichtigen Umsteigepunkt zwischen Personenfern- und Nahverkehr dar.</p> <p>Insgesamt verfügt das Stadtteilzentrum Badstraße in den projektrelevanten Warengruppen über rund 38.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 205 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel.</p> <p>Die Struktur des Stadtteilzentrums ist geprägt durch das großformatige Einkaufszentrum Gesundbrunnen-Center. Daneben ergänzen kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsanbieter das Angebot. Abgesetzt, südlich des Gleiskörpers, befindet sich das Fachmarktzentrum Brunnenstraße. Das Gesundbrunnen-Center liegt unmittelbar am Bahnhof Gesundbrunnen und verfügt über ein centertypisches Einzelhandelsangebot. Prägender Baustein des Fachmarktzentrums Brunnenstraße ist ein SB-Warenhaus. Wesentliche Frequenzbringer außerhalb der Centerstrukturen sind Lebensmittelmärkte und ein Drogeriemarkt. Das übrige Angebot ist kleinteilig.</p> <p>Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich um ein lebendiges Zentrum mit einer hohen Dominanz des peripher gelegenen Einkaufszentrums und einem umfassenden, differenzierten</p>		

Einzelhandelsangebot sowie z. T. attraktiver gründerzeitliche Bebauung. Allerdings besteht ein starker Wettbewerb innerhalb des Stadtteilzentrums. Dabei tritt besonders der Bereich der Einzelhandelsnutzungen außerhalb des Einkaufszentrums funktional zurück. Zudem sind Gestaltungsdefizite im öffentlichen Raum und eine geringe Aufenthaltsqualität erkennbar.

---

### Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

---

Für das Stadtteilzentrum Badstraße ergeben sich in der Berechnung in folgenden Warengruppen/Sortimenten absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 %:

#### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/ Zeitschriften (7% bzw. 0,4 Mio. Euro)
- Bekleidung (16 % bzw. 4,7 Mio. Euro)
- Schuhe/Lederwaren (15 % bzw. 0,6 Mio. Euro)
- Sport- und Campingartikel (22 % und 0,7 Mio. Euro)
- Fahrräder und Zubehör (35 % bzw. 1,0 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Großgeräte (12 % bzw. 0,5 Mio. Euro)
- Neue Medien, Unterhaltungselektronik (12 % bzw. 3,0 Mio. Euro)
- Uhren/Schmuck (13 % bzw. 0,6 Mio. Euro)

Die Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften wird im Stadtteilzentrum Badstraße u. a. von einer Buchhandlung und einem Schreibwarengeschäft innerhalb des Einkaufszentrums, einem Zeitschriftenhandel sowie als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten angeboten. Bei Umsatzumverteilungen von 7 % bzw. 0,4 Mio. Euro ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

Die Warengruppe Bekleidung umfasst insgesamt 26 Kernsortimentsanbieter. Davon befinden sich knapp zwei Drittel im Einkaufszentrum. Auch die größten Betriebe sind dort lokalisiert. Das Angebot ist centertypisch durch Filialisten geprägt. Außerhalb des Einkaufszentrums bestehen hauptsächlich kleinteilige inhabergeführte Geschäfte aus dem niedrigpreisigen Segment. Die hohen monetären Umsatzumverteilungen verteilen sich auf eine Vielzahl von Anbietern, so dass eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums nicht zu erwarten ist. Allerdings sind zudem hinsichtlich der Wettbewerbsverschärfung eine weitere Schwächung des Einzelhandels außerhalb des Einkaufszentrums und damit eine Verstärkung der sich bereits heute abzeichnenden strukturellen Schieflage zu erwarten.

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe Schuhe/Lederwaren umfasst insgesamt sechs Kernsortimentsanbieter. Es setzt sich im Wesentlichen aus vier Filialisten innerhalb des Einkaufszentrums und zwei kleinteiligen, inhabergeführten Betrieben außerhalb des Einkaufszentrums zusammen. Die Auswirkungen sind ähnlich wie in der Warengruppe Bekleidung zu bewerten. Die Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums insgesamt würde voraussichtlich nicht beeinträchtigt. Jedoch sind bei möglichen Geschäftsaufgaben kleinteiliger inhabergeführter Anbieter außerhalb des Einkaufszentrums strukturelle Veränderungen innerhalb des Stadtteilzentrums nicht auszuschließen.

In der Warengruppe Sportartikel und Camping besteht lediglich ein Kernsortimentsanbieter. Es handelt sich dabei um einen großflächigen Sportfachmarkt im Einkaufszentrum. Ein Umschlagen

---

der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen im Sinne eines funktionalen Angebotsverlustes ist deshalb nicht auszuschließen.

In der Warengruppe Fahrräder und Zubehör ist ebenfalls nur ein Kernsortimentsanbieter anzutreffen. Es handelt sich dabei um ein Fahrradfachgeschäft außerhalb des Einkaufszentrums. Ergänzt wird das Angebot durch das Randsortiment des Sportfachmarktes im Einkaufszentrum. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen im Sinne eines funktionalen Angebotsverlustes ist deshalb ebenfalls nicht auszuschließen.

Das größte Angebot in den Warengruppen elektrische Haushalts-Großgeräte und Neue Medien, Unterhaltungselektronik entfällt auf einen großflächigen Elektronikfachmarkt, der sich innerhalb des Einkaufszentrums befindet. Darüber hinaus gibt es diverse Handy-Läden, die zu einem Großteil außerhalb des Einkaufszentrums lokalisiert sind, sowie vereinzelt Randsortimentsangebote. Da als möglicher Angebotsbaustein am Vorhabenstandort die Ansiedlung eines großflächigen Elektronikfachmarktes in Betracht kommt, besteht eine deutliche Angebotsüberschneidung mit dem im Zentrum ansässigen Elektronikfachmarkt. Dieser wäre zudem in mehreren angebotenen Sortimenten betroffen. Eine Schließung des Elektronikfachmarktes würde einen bedeutenden Angebotsverlust darstellen, der eine erhebliche funktionale Schwächung des Stadtteilzentrums nach sich ziehen würde. Daher ist besonders mit Blick auf die Warengruppe Neue Medien, Unterhaltungselektronik auch unter zusätzlicher Berücksichtigung des Wettbewerbsdrucks durch den Onlinehandel ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen.

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppen Uhren/Schmuck setzt sich im Wesentlichen aus kleinteiligen filialisierten sowie inhabergeführten Betrieben zusammen, die sich sowohl innerhalb des Einkaufszentrums als auch außerhalb befinden. Die monetären Auswirkungen verteilen sich dabei auf insgesamt zwölf Kernsortimentsanbieter im Bereich Uhren/Schmuck. Selbst im Falle von einzelnen Betriebsaufgaben ist ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

## 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente, Einzelvorhaben)

- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (6 % bzw. 0,1 Mio. Euro)
- Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen (18 % bzw. 0,1 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten (19 % bzw. 1,1 Mio. Euro)

Insgesamt fünf Kernsortimentsanbieter sind in der Warengruppe Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik vertreten. Neben kleinteiligen filialisierten Geschäften, die sich im Einkaufszentrum befinden, entfällt das größte Angebot in dieser Warengruppe auf drei Non-Food-Discounter bzw. Sonderpostenmärkte. Das Angebot ist überwiegend einfach und discountorientiert. Damit besteht eine vergleichsweise geringe Angebotsüberschneidung mit den geplanten Angeboten im Bereich der Fachmarkttagglomeration Möbel. Vor diesem Hintergrund ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion dieses zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen in der Warengruppe Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik nicht zu erwarten.

---

Die Warengruppe Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen umfasst einen kleinflächigen, filialisierte Kernsortimentsanbieter sowie verschiedene Angebote größerer Märkte als deutlich untergeordnetes und wenig ausdifferenziertes Randsortiment. Die monetäre Ausprägung der Umsatzumverteilungen ist mit 0,1 Mio. Euro zwar vergleichsweise gering. Gleichwohl ist nur ein Kernsortimentsanbieter betroffen. Eine Schließung des Kernsortimentsanbieters würde eine Angebotslücke nach sich ziehen, daher ist ein Umschlagen von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen.

In der Warengruppe elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten entfällt, wie bereits beschrieben, der quantitativ größte Angebotsanteil im Stadtteilzentrum auf den Elektronikfachmarkt. Bei der Einzelbetrachtung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen durch die Fachmarkttagglomeration Möbel wäre dieser in einem Nebensortiment und damit nicht in seinem Kernsortiment betroffen. Vor diesem Hintergrund ist eine Schließung des Marktes tendenziell nicht anzunehmen und ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

### 3. Summarische Betrachtung

- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (8 % bzw. 0,3 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten (20 % bzw. 1,2 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Großgeräte (14% bzw. 0,6 Mio. Euro)

Im Rahmen der summarischen Betrachtung der untersuchungsrelevanten Warengruppen, die sowohl für die Einzelhandelskonzentration als auch als Randsortimente der Fachmarkttagglomeration Möbel geplant werden, liegen die Umsatzumverteilungen erwartungsgemäß über denen der Einzelbetrachtung. Eine Wettbewerbsverschärfung und ggf. Betriebsschließungen sind nicht auszuschließen. In der Gesamtschau mit den z. T. hohen Umsatzumverteilungen in den Warengruppen elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten sowie elektronische Haushalts-Großgeräte, die die Angebotsstruktur des Stadtteilzentrums prägen (siehe oben), ist ein Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen insbesondere mit Blick auf den Elektrofachmarkt im Bereich der Einzelhandelskonzentration nicht auszuschließen.

---

### **Fazit**

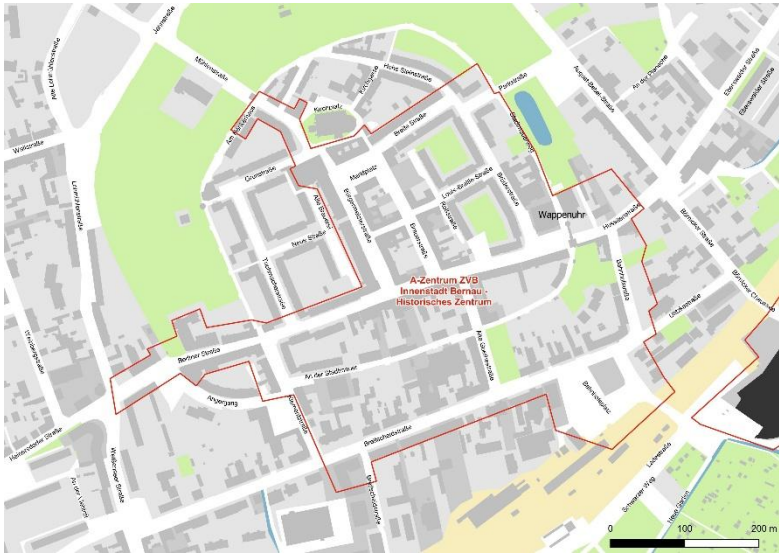
- Von der Realisierung der Vorhaben in der geplanten Dimensionierung geht für das Stadtteilzentrum Badstraße ein erhöhtes Gefährdungspotenzial aus.
  - Eine funktionale Schwächung des Stadtteilzentrums ist nicht auszuschließen.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist möglich.
-

### 5.4.3 Umlandkommunen

#### Bernau bei Berlin

##### Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum)

##### Untersuchungsrelevante Eckdaten

Verkaufsfläche	rd. 2.500 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	33	
Umsatz	rd. 11 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	-	
Magnetbetriebe	(Edeka, Nahkauf <sup>34</sup> ), NKD	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 17,1 km Luftlinie rd. 16,0 km Luftlinie	<p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bernau bei Berlin (Fortschreibung 2013); Kartengrundlage: ALKIS Brandenburg 2025</p>

##### Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums

Das A-Zentrum Innenstadt in der Stadt Bernau bei Berlin wird u. a. durch die den Stadtkern umgebende Stadtmauer begrenzt. Der zentrale Versorgungsbereich reicht im Norden bis zur Breiten Straßen einschließlich des Marktplatzes und im Osten bis zur Bahnhofstraße. Im Süden umfasst es die Breitscheidstraße einschließlich des Bahnhofsplatzes und im Westen die Berliner Straße bis zur Lohmühlenstraße. Durch den direkt angrenzenden Bahnhof und die Nähe zum Busbahnhof besteht Anschluss an Bahnverkehr und Regionalbahn, S-Bahn und Buslinien und folglich eine sehr gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV.

Insgesamt verfügt das A-Zentrum in den projektrelevanten Warengruppen über rund 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 11 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Der untersuchungsrelevante Angebotsschwerpunkt liegt in der Warengruppe Bekleidung. Das A-Zentrum weist überwiegend kleinteilige Angebotsstrukturen auf. Zu den größten Anbietern gehören zwei Lebensmittelmärkte sowie ein Textildiscounter.

Das A-Zentrum Innenstadt ist ein gewachsenes, kompaktes Zentrum. Es umfasst im Wesentlichen die historische Altstadt. Das Zentrum wird geprägt durch eine kleinteilige, historische Altstadtbebauung ergänzt um neuere Gebäudeensemble und einer gewissen Nutzungsdichte mit

<sup>34</sup> Edeka und Nahkauf haben ein nicht untersuchungsrelevantes Angebot im Untersuchungsraum B und wurden deshalb nicht erhoben (siehe Methodik).

einer Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie, Wohnen sowie öffentlichen Einrichtungen. Die verschiedenen Innenstadtlagen sind dabei unterschiedlich ausgeprägt. In der Berliner Straße befinden sich zwar die meisten Einzelhandelsgeschäfte, aber der Besatz ist aufgrund der Länge (rund 800 m) und funktionalen Unterbrechungen lückenhaft. Nördlich der Berliner Straße zweigt die Bürgermeisterstraße ab und führt bis zum Marktplatz. Dieser Bereich ist als Fußgängerzone ausgebaut und entwickelt lediglich in Teilbereichen städtebauliche Qualitäten, insbesondere mit den Gebäudekomplexen am Marktplatz (u. a. historisches Rathaus). Die parallel verlaufende Brauerstraße weist aufgrund ihrer historischen Bebauungsstrukturen und der Straßengestaltung eine städtebauliche Attraktivität auf, verfügt jedoch nur über einen geringen Einzelhandelsbesatz.

---

### **Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben**

---

Für die Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum) ergeben sich für die Berechnung zur Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) im Sortiment Fahrräder und Zubehör absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 % :

#### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Fahrräder und Zubehör (20 % bzw. 0,3 Mio. Euro)

Das von diesen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen betroffene, untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe Fahrräder und Zubehör wird von zwei kleinflächigen Fahrradfachgeschäften vertreten. Die Fahrradfachgeschäfte bieten über den stationären Einzelhandel hinausgehende Dienstleistungen an, dazu gehören u. a. Reparatur und Inspektion. Aufgrund der prozentual hohen Auswirkungen in dieser Warengruppe sind Geschäftsaufgaben nicht auszuschließen. Auch für den Fall der Schließung eines der vorhandenen Betriebe ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs im Sortiment Fahrräder und Zubehör und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten. Denn durch den ggf. verbleibenden Fahrradanbieter könnte sowohl das Sortiment insgesamt als auch die Funktionalität des Stadtteilzentrums gewahrt bleiben.

#### 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

#### 3. Summarische Betrachtung

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

---

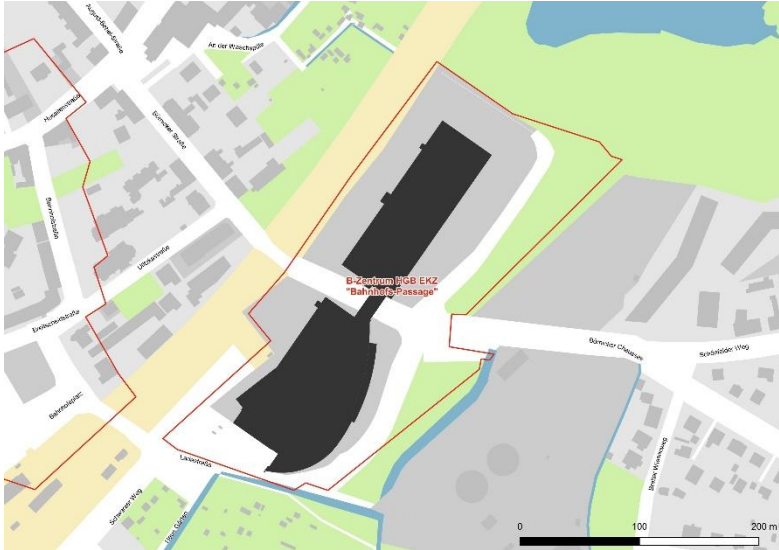
### **Fazit**

---

- Die Versorgungsfunktion der Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum) wird voraussichtlich nicht beeinträchtigt.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

**Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum)**

**Untersuchungsrelevante Eckdaten**

Verkaufsfläche	rd. 9.900 m <sup>2</sup>	 <p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bernau bei Berlin (Fortschreibung 2013); Kartengrundlage: ALKIS Brandenburg 2025</p>
Anzahl Betriebe	34	
Umsatz	rd. 37 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	Bahnhofs-Passage mit Edeka Center, Jysk, Mäc Geiz, Medimax, Naturkaufhaus, Pepco, Reno, Takko, Woolworth, Zoo & Co.	
Magnetbetriebe	-	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel		rd. 17,4 km Luftlinie rd. 16,3 km Luftlinie

**Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums**

Das B-Zentrum Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ in der Stadt Bernau bei Berlin befindet sich an der Börnicker Chaussee unmittelbar südöstlich der Bernauer Innenstadt in abgesetzter Lage getrennt durch die Bahngleise. Durch den direkt angrenzenden Busbahnhof und die Nähe zum Bahnhof besteht Anschluss an Bahnverkehr und Regionalbahn, S-Bahn und Buslinien und folglich eine sehr gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV.

Das definierte Zentrum ist ein klassisches Einkaufszentrum mit einer Verkaufsfläche von rund 9.900 m<sup>2</sup> Zentrum in den projektrelevanten Warengruppen. Das entspricht dem Vierfachen des A-Zentrums. Im B-Zentrum wird ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 37 Mio. Euro generiert (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Dem centertypischen Einzelhandelsangebot entsprechend liegt der Angebotschwerpunkt in der Warengruppe Bekleidung.

Das Einkaufszentrum verfügt über großzügige Stellplatzflächen und ergänzende Freizeitangeboten (Kino und Fitnessstudio). Gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bernau bei Berlin soll das B-Zentrum die innerstädtischen Versorgungsfunktionen übernehmen, die im A-Zentrum Bernau aufgrund der kleinteiligen Strukturen weder räumlich noch funktional umsetzbar sind.

---

## Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

---

Für das B-Zentrum Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ ergeben sich für die Berechnung in folgenden Warengruppen absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 % :

### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Bekleidung (5 % bzw. 0,6 Mio. Euro)
- Schuhe/Lederwaren (5 % bzw. 0,3 Mio. Euro)

Die Warengruppe Bekleidung im B-Zentrum Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ umfasst insgesamt 16 Kernsortimentsanbieter. Das untersuchungsrelevante Angebot setzt sich aus filialisierten Anbietern und inhabergeführten Fachgeschäften zusammen. Als großflächige Magnetbetriebe sind zwei Anbieter einzustufen. Aufgrund der Verteilung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf eine Vielzahl von Anbietern ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs im Bereich Bekleidung und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe Schuhe/Lederwaren im B-Zentrum Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ umfasst insgesamt vier Kernsortimentsanbieter, zwei Filialisten sowie zwei inhabergeführte Betriebe. Aufgrund der monetär geringen Auswirkungen in dieser Warengruppe ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs im Bereich Schuhe/Lederwaren und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

### 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente, Einzelvorhaben)

- Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten (7 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten wird im B-Zentrum Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ in dem großflächigen Elektronikfachmarkt als Randsortiment angeboten. Aufgrund der monetär geringen und knapp über der Nachweisbarkeitsschwelle liegenden Auswirkungen in dieser Warengruppe ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

### 3. Summarische Betrachtung

- Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten (8 % bzw. 0,1 Mio. Euro)
- Elektrische Haushalts-Großgeräte (7 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

Das untersuchungsrelevante Angebot in den Warengruppen elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten und elektrische Haushaltsgroßgeräte wird im B-Zentrum Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ in dem großflächigen Elektronikfachmarkt als Randsortimente angeboten. Da die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen im Wesentlichen zu Lasten eines Anbieters gehen, der zudem in mehreren Sortimenten betroffen ist. Aufgrund der monetär geringen und knapp über der Nachweisbarkeitsschwelle liegenden Auswirkungen in dieser Warengruppe ist jedoch

---

eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

---

#### **Fazit**

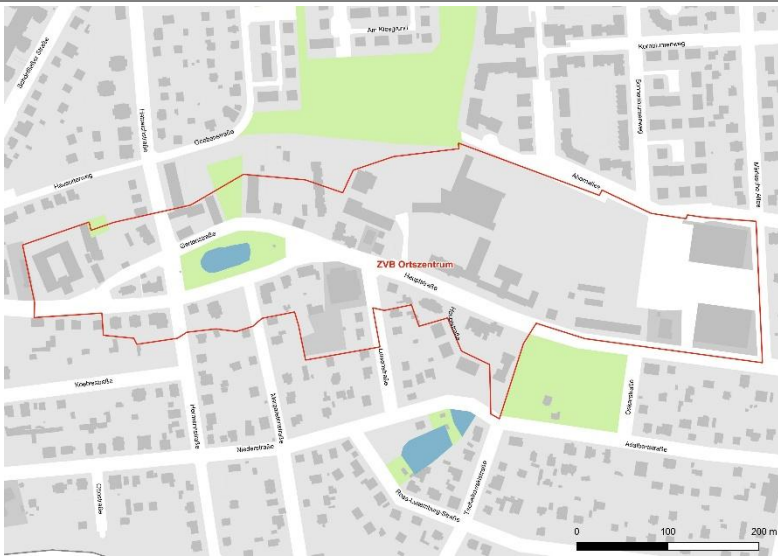
---

- Die Versorgungsfunktion des B-Zentrum Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ wird voraussichtlich nicht beeinträchtigt.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

## Glienicke/Nordbahn

### Ortszentrum Glienicke/Nordbahn

#### Untersuchungsrelevante Eckdaten

Verkaufsfläche	rd. 900 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	10	
Umsatz	rd. 3 Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (> 800 m <sup>2</sup> )	-	
Magnetbetriebe	(Edeka (2x), Norma <sup>35</sup> )	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 9,6 km Luftlinie rd. 9,8 km Luftlinie	<p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Glienicke/Nordbahn (Consolium GmbH 2015); Kartengrundlage: ALKIS Brandenburg 2025</p>

#### Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums

Der gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Glienicke/Nordbahn (2015) definierte zentrale Versorgungsbereich Ortszentrum (der einzige zentrale Versorgungsbereich in der Gemeinde) erstreckt sich im Wesentlichen bandförmig entlang der Hauptstraße und Gartenstraße zwischen den Straßen Märkische Allee im Osten und Oranienburger Chaussee im Westen. Die ÖPNV-Anbindung erfolgt über Buslinien.

Insgesamt verfügt das Ortszentrum Glienicke/Nordbahn in den projektrelevanten Warengruppen über rund 900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 3 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Der Angebotsschwerpunkt, bezogen auf die projektrelevanten Warengruppen, liegt im Bereich Bekleidung. Das ist jedoch hauptsächlich auf einen Textildiscounter zurückzuführen. Die größten Anbieter im Ortszentrum sind drei strukturprägende Lebensmittelmärkte, womit der tatsächliche Angebotsschwerpunkt auf die – in den Berliner Umlandkommunen nicht untersuchungsrelevante – Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt.

Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich um zwei unterschiedlich ausgeprägte Teilbereiche, die durch eine große Fläche mit öffentlichen Einrichtungen räumlich separiert werden: Im westlichen Bereich der Hauptstraße befindet sich der historische Ortskern, der weitgehend mit freistehenden Einzelgebäuden bebaut ist und dessen Mitte sich eine Grünfläche mit Weiher befindet. In diesem Bereich befinden sich neben einem Lebensmittelmarkt hauptsächlich kleinteilige Einzelhandelsbetriebe sowie Dienstleistungsangebote. Im östlichen Teilbereich der Hauptstraße ist

<sup>35</sup> Edeka und Norma haben ein nicht untersuchungsrelevantes Angebot im Untersuchungsraum B und wurden deshalb nicht erhoben (siehe Methodik).

---

das kleine Einkaufszentrum Galerie Sonnengarten angesiedelt, das den kleinteiligen Ortskern um ein erweitertes Grundversorgungsangebot ergänzt.

---

### **Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben**

---

Für das Ortszentrum Glienicke/Nordbahn ergeben sich für die Berechnung zur Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) in der Warengruppe Bekleidung absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 %:

#### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Bekleidung (12 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

Im Ortszentrum Glienicke/Nordbahn bestehen vier kleinflächige Kernsortimentsanbieter in der Warengruppen Bekleidung. Die monetär geringen Auswirkungen verteilen sich somit auf mehrere Anbieter. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.

#### 2. Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente Einzelvorhaben)

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

#### 3. Summarische Betrachtung

Es sind rechnerisch keine Umsatzumverteilungen ab 5 % nachweisbar.

---

### **Fazit**


---

- Von der Realisierung der Vorhaben in der geplanten Dimensionierung geht für das Ortszentrums Glienicke/Nordbahn kein Gefährdungspotenzial aus.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

## Wandlitz

### Hauptzentrum Wandlitzsee

#### Untersuchungsrelevante Eckdaten

Verkaufsfläche	rd. 900 m <sup>2</sup>	
Anzahl Betriebe	9	
Umsatz	rd. 5. Mio. Euro	
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	-	
Magnetbetriebe	(Edeka <sup>36</sup> )	
Entfernung zum Vorhaben Einzelhandelskonzentration Fachmarkttagglomeration Möbel	rd. 21 km Luftlinie rd. 20 km Luftlinie	<p>Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Abgrenzung gemäß der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Gemeinde Wandlitz (BBE 2019); Kartengrundlage: ALKIS Brandenburg 2025</p>

#### Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums

Das Hauptzentrum Wandlitzsee der Gemeinde Wandlitz erstreckt sich bandförmig entlang der Prenzlauer Chaussee von der Thälmannstraße im Norden bis zum Lanker Weg im Süden. Durch den zentral im Zentrum gelegenen Bahnhof besteht Anschluss an die Regionalbahn sowie Buslinien und folglich eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV.

Insgesamt verfügt das Hauptzentrum Wandlitzsee in den projektrelevanten Warengruppen über rund 900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 5 Mio. Euro erzielt wird (siehe Anhang 2, Tabelle 26 und Tabelle 27). Der Angebotsschwerpunkt bezogen auf die projektrelevanten Warengruppen liegt im Bereich Sport- und Campingartikel sowie Fahrräder und Zubehör, was hauptsächlich auf zwei kleinflächige, inhabergeführte Betriebe (Angel- und Fahrradladen) zurückzuführen ist. Der größte Anbieter im Hauptzentrum ist ein strukturprägender Lebensmittelmarkt, womit der tatsächliche Angebotsschwerpunkt auf die – in den Berliner Umlandkommunen nicht untersuchungsrelevante – Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt.

Das Hauptzentrum Wandlitzsee ist ein gewachsenes Zentrum in einer attraktiven Lage unmittelbar am gleichnamigen See, welcher den städtebaulichen Charakter wesentlich prägt. Neben dem überwiegend kleinteiligen, inhabergeführten Einzelhandelsbesatz bestehen zahlreiche Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe sowie öffentliche Einrichtungen und Freizeitangebote.

<sup>36</sup> Edeka hat ein nicht untersuchungsrelevantes Angebot im Untersuchungsraum B und wurde deshalb nicht erhoben (siehe Methodik).

---

## Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben

---

Für das Hauptzentrum Wandlitzsee ergeben sich für die Berechnung zur Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben) in der Warengruppe Sport- und Campingartikel folgende absatzwirtschaftliche Auswirkungen ab 5 % :

### 1. Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)

- Sport- und Campingartikel (8 % bzw. 0,1 Mio. Euro)

Im Hauptzentrum Wandlitzsee besteht ein Anbieter mit dem Kernsortiment Sportartikel, Camping. Dabei handelt es sich um einen spezialisierten Anbieter mit dem Sortiment Angeln und Zubehör. Zudem bietet das Geschäft über den stationären Einzelhandel hinausgehende Dienstleistungen (u. a. Angeltouren) an. Aufgrund der geringen monetären Auswirkungen in dieser Warengruppe und mit Blick auf das spezialisierte Angebotsspektrum ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

---

## Fazit

---

- Der Magnetbetrieb des Hauptzentrums Wandlitzsee ist der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zugehörig und nicht in relevanter Weise von den Vorhabenauswirkungen betroffen.
  - Die Versorgungsfunktion des Hauptzentrums Wandlitzsee wird voraussichtlich nicht beeinträchtigt.
  - Ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
-

#### 5.4.4 Zwischenfazit

- In der Gesamtschau ist festzuhalten, dass in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel sowie Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften kein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen im Untersuchungsraum (Bezirk Pankow sowie Stadtteilzentrum Badstraße im Bezirk Mitte) zu erwarten sind.
- Darüber hinaus sind relevante absatzwirtschaftliche Auswirkungen in den Warengruppen Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände; Zoo-/ Heimtierbedarf; Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien sowie Uhren/Schmuck nicht nachweisbar bzw. gering ausgeprägt. Für diese Warengruppen ist daher in der geplanten Dimensionierung von einer städtebaulichen Verträglichkeit auszugehen.
- Durch die Realisierung der Vorhaben in der jeweils geplanten Dimensionierung sind folgende untersuchungsrelevante Warengruppen durch erhebliche absatzwirtschaftliche Auswirkungen betroffen. Hier kann ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht ausgeschlossen werden:
  - Bekleidung
  - Schuhe/Lederwaren
  - Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik
  - Neue Medien, Unterhaltungselektronik
  - elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten
  - elektrische Haushalts-Großgeräte
  - Sport- und Campingartikel
  - Fahrräder und Zubehör
  - Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen
- Daraus ergibt sich für folgende zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen:
  - Hauptzentrum Pankow
  - Stadtteilzentren Greifswalder Straße Nord
  - Stadtteilzentrum Schönhauser Allee
  - Stadtteilzentrum Badstraße
  - Ortsteilzentrum Buch
- Diese negativen städtebaulichen Auswirkungen sind besonders dadurch gekennzeichnet, dass nicht nur eine Warengruppe, sondern in den Haupt- und Stadtteilzentren gleich mehrere funktionstragende, zentrenrelevante Warengruppen/Magnetbetriebe betroffen sind, so dass die Vielfalt des Einzelhandelsangebotes sowie die Passantenfrequenzen voraussichtlich deutlich eingeschränkt werden.

- Unter rein funktionalen Gesichtspunkten festzuhalten ist, dass das Hauptzentrum Pankow insgesamt mit Umsetzung der Vorhaben eine quantitative und funktionale Stärkung erfahren wird. Weitere geeignete Maßnahmen (z. B. Fortführung der Entwicklung des Kaufhallengrundstücks, Sicherung und Stärkung des Wochenmarktes, Aufwertung des Platzbereiches Ecke Breite Straße/Berliner Straße, Aktivierung des Mitwirkens privater Akteure, Stärkung der Multifunktionalität) zur Sicherung und Stärkung des Hauptzentrums in seiner Gesamtheit sollten einer strukturellen Schieflage entgegenwirken.

## 5.5 Städtebauliche Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen nicht zentrenrelevanter Sortimente

Im Hinblick auf die Bewertung potenzieller städtebaulicher und absatzwirtschaftlicher Auswirkungen werden, für die nicht zentrenrelevanten Sortimente im Bereich der Fachmarkttagglomeration Möbel im Folgenden die ermittelten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Aspekten beurteilt.

### 5.5.1 Möbel

In Tabelle 15 und Tabelle 16 (siehe dazu Kapitel 5.2 ) werden u. a. die prognostizierten, monetären und prozentualen Umsatzumverteilungen für das nicht zentrenrelevante Sortiment Möbel der Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2) dargestellt.

#### Städtebauliche Auswirkungen

- In der Einzelfallbetrachtung (siehe Tabelle 15) des Sortiments Möbel für den Standort Fachmarkttagglomeration Möbel zeigen sich hohe Umsatzumverteilungen vor allem in einzelnen zentralen Versorgungsbereichen im Bezirk Pankow. Betroffen sind hier das Hauptzentrum Pankow mit 15 % bzw. 0,2 Mio. Euro, die Stadtteilzentren Berliner Allee (14 % bzw. 0,1 Mio. Euro) und Schönhauser Allee (13 % bzw. 0,2 Mio. Euro) sowie das Nahversorgungszentrum Neumannstraße (14 % bzw. 0,4 Mio. Euro). Im Bezirk Lichtenberg wird für das Nahversorgungszentrum Hohenschönhauser Tor eine Umsatzumverteilung von 10 % bzw. 0,5 Mio. Euro prognostiziert.
- In den Umlandkommunen zeigen sich in den zentralen Versorgungsbereichen keine nennenswerten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen.
- Insgesamt sind die monetären Auswirkungen somit als moderat einzustufen. Vor diesem Hintergrund sowie mit Blick auf die Einstufung des Sortiments Möbel als nicht zentrenrelevant ist davon auszugehen, dass die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen durch das Vorhaben in der untersuchten Dimensionierung sowohl innerhalb Berlins als auch in den Nachbarkommunen nicht in negative städtebauliche Auswirkungen umschlagen werden.

- Im Rahmen der summarischen Betrachtung (siehe Tabelle 16 ) der potenziellen Auswirkungen des Sortiments bei Ansiedlung am Standort Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2) sowie Einzelhandelskonzentration (SO 1) (siehe dazu Tabelle 1) ergeben sich nur an wenigen Standorten marginal höhere Umsatzumverteilungen in den jeweiligen zentralen Versorgungsbereichen in Pankow bzw. Lichtenberg. Für die zentralen Versorgungsbereiche in den Umlandkommunen können keine relevanten Umsatzumverteilungen nachgewiesen werden. So kann auch in diesem Untersuchungsfall davon ausgegangen werden, dass ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen durch die Vorhaben in der untersuchten Dimensionierung in negative städtebauliche Auswirkungen sowohl innerhalb Berlins als auch in den Nachbarkommunen nicht zu erwarten ist.

### Versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Bei der Bewertung möglicher versorgungsstruktureller Auswirkungen stellt neben der Höhe der ermittelten Umsatzumverteilungen auch die Zentralitätskennziffer und ihre Veränderung in Folge der Vorhabenrealisierung als Maßstab für die angemessene Erfüllung der zugewiesenen zentralörtlichen Funktion eine wichtige Kenngröße dar.<sup>37</sup> Im Folgenden erfolgt unter Berücksichtigung einer Hochrechnung des Bestandes sowie einer Aufsummierung der ermittelten Umsatzumverteilungen auf Ebene der Berliner Bezirke<sup>38</sup> sowie Kommunen im Untersuchungsraum, eine Betrachtung potenzieller Veränderungen der Zentralitäten im Sortiment Möbel. Abgebildet werden dabei im Sinne eines Worst Case die Ergebnisse auf Grundlage der summarischen Betrachtung.

**Tabelle 17: Veränderung der einzelhandelsrelevanten Zentralität im Sortiment Möbel durch die Realisierung der Vorhaben (summarische Betrachtung)**

Bezirk/Gemeinde	Umsatz*		Zentralität	
	Bestand	mit Vorhaben	Bestand	mit Vorhaben
	<i>in Mio. Euro</i>			
<b>Berlin</b>				
<b>Friedrichshain-Kreuzberg</b>	11,5	10,6	0,12	0,11
<b>Lichtenberg (anteilig)</b>	172,6	153,6	2,61	2,32
<b>Marzahn-Hellersdorf (anteilig)</b>	72,6	65,0	1,89	1,69
<b>Mitte</b>	97,9	85,2	0,77	0,67
<b>Pankow</b>	25,5	91,0	0,16	0,57
<b>Reinickendorf (anteilig)</b>	7,5	6,6	0,12	0,10

*Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite*

<sup>37</sup> vgl. auch Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Rdnr. 720ff.

<sup>38</sup> Entsprechend der Abgrenzung des Untersuchungsraumes fließen einige Bezirke nur anteilig in die Betrachtung ein.

Bezirk/Gemeinde	Umsatz*		Zentralität	
	Bestand	mit Vorhaben	Bestand	mit Vorhaben
	<i>in Mio. Euro</i>			
<b>Brandenburger Umland</b>				
<b>Bernau bei Berlin</b>	12,5	11,1	0,78	0,69
<b>Glienicke/Nordbahn</b>	0,9	0,9	0,16	0,16
<b>Mühlenbecker Land</b>	0,6	0,5	0,09	0,08
<b>Panketal</b>	0,8	0,8	0,08	0,08
<b>Wandlitz</b>	0,9	0,9	0,10	0,10

\*Rundungsbedingte Abweichungen zu anderen Tabellen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse

- Bereits heute erfüllen einige Kommunen bzw. Bezirke im Untersuchungsraum ihre Versorgungsfunktion überdurchschnittlich gut (wie Teilbereiche von Hellersdorf-Marzahn und Lichtenberg), während andere Kommunen per Saldo Kaufkraftabflüsse aufweisen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Zentralität aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik tendenziell etwas geringer abgebildet ist.
- Im Bezirk Pankow kommt es in Folge der Vorhabenrealisierung zu einer Vervielfachung des lokalen Umsatzes im Möbelbereich und folglich zu einer signifikanten Erhöhung der Zentralität von derzeit 0,16 auf bis zu 0,57. Dies entspricht nahezu der durchschnittlichen Zentralität aller Gemeinden und Bezirke im Untersuchungsraum.
- In Folge der Vorhabenrealisierung im Sortiment Möbel in der untersuchten Dimensionierung finden jedoch keine relevanten Veränderungen der zentralörtlichen Funktionen der verschiedenen Kommunen im Untersuchungsraum statt.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen in versorgungsstrukturelle Auswirkungen in den untersuchten Kommunen und Bezirken ist für das Sortiment Möbel demnach nicht zu erwarten.

### 5.5.2 Teppiche/Bodenbeläge

Neben der Warengruppe Möbel sind zudem Auswirkungen durch das nicht zentrenrelevante Sortiment Teppiche/Bodenbeläge ausgehend von der Realisierung des Vorhabens im Bereich der Fachmarkttagglomeration Möbel zu betrachten. Das Sortiment Teppiche/Bodenbeläge setzt sich aus Teilsortimenten verschiedener Warengruppen (Baumarktsortiment i. e. S. sowie Teppiche) zusammen. Es wird eine rechnerische Abschätzung potenzieller Auswirkungen vorgenommen.

Mit Blick auf die Flächenproduktivitäten des nicht zentrenrelevanten Sortiments des geplanten Möbelstandortes gilt es zu berücksichtigen, dass der Betreiber bekannt ist. Im Sinne eines realitätsnahen Worst Case wird daher auf vorliegende Zahlen zurückgegriffen. Danach wird im Sortiment Teppiche/Bodenbeläge eine Flächenproduktivität von rund 1.100 Euro/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

erreicht. Das abgeleitete maximale Umsatzpotenzial beläuft sich bei einer geplanten Verkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> auf rund 2,2 Mio. Euro.

Setzt man das maximale Umsatzpotenzial des Vorhabens im Sortiment Teppiche/Bodenbeläge mit dem Kaufkraftpotenzial des relevanten Untersuchungsgebietes ins Verhältnis, wird deutlich, dass das Vorhaben mit rund 3,9 % nur einen geringen Anteil der sortimentspezifischen Kaufkraft im Untersuchungsraum C (rund 56,1 Mio. Euro) auf sich vereinigen kann. Vergleichbares gilt für die Umsätze im Untersuchungsgebiet (Hochrechnung).<sup>39</sup> Auch wenn, im Sinne eines Worst Case, überhöhte Umsatzpotenziale für das Vorhaben und unterdurchschnittliche Umsätze bei den Kommunen im Untersuchungsgebiet angenommen werden, bleibt der Umsatzanteil des Vorhabens im gesamten Untersuchungsraum mit 1,6 % bis 2,8 % gering.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen in versorgungsstrukturelle Auswirkungen ist in den Nachbarkommunen und -bezirken bei dem nicht zentrenrelevanten Sortiment Teppiche/Bodenbeläge nicht zu erwarten.

## 5.6 Städtebaulich verträgliche Dimensionierung

Im Rahmen der städtebaulichen Bewertung der ermittelten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die geplanten sortimentspezifischen Verkaufsflächen (siehe dazu Kapitel 5.4) konnte für nachfolgende Warengruppen bzw. Sortimente ein Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen in einigen zentralen Versorgungsbereichen nicht ausgeschlossen werden:

- Bekleidung
- Schuhe/Lederwaren
- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik
- Sport- und Campingartikel
- Fahrräder und Zubehör
- Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten
- Elektrische Haushalts-Großgeräte
- Neue Medien, Unterhaltungselektronik
- Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen

Für diese Warengruppen bzw. Sortimente wird eine modifizierte maximale Verkaufsfläche hergeleitet, für die eine städtebauliche und regionale Verträglichkeit nach gutachterlicher Einschätzung gewährleistet ist. Konkret werden in der weiteren Gravitationsrechnung dazu die

---

<sup>39</sup> Auf Grundlage von Vergleichswerten (Verkaufsflächen pro Einwohner) aus der eigenen Projektdatenbank (Junker + Kruse) und aktueller Einwohnerzahlen wurden die Umsätze je Sortiment für alle Kommunen im Untersuchungsgebiet hochgerechnet. Dabei wurde mit Spannweiten gerechnet, die die niedrigst- bzw. höchstmöglichen Umsätze jeder Gemeinde angeben. Daraus wurden Gesamtumsätze (mit Spannweiten) je Sortiment für das Untersuchungsgebiet ermittelt.

folgenden Schwellenwerte zu Grunde gelegt. Für Umsatzumverteilungen in der Warengruppe Bekleidung wird ein Maximalwert von 13 % und für die übrigen zentrenrelevanten Warengruppen von 10 % definiert, der in den Stadtteilzentren im Berliner Untersuchungsraum in der Regel nicht überschritten werden sollten. Diese Schwellenwerte begründen sich in der umfangreichen und vielfältigen Ausstattung der Berliner Stadtteilzentren sowie der hohen Resilienz, über die diese Zentren verfügen.

Unter Berücksichtigung der dargestellten Schwellenwerte für tolerierbare Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum wird eine Gravitationsrechnung mit modifizierten, sortimentspezifischen Verkaufsflächen angestellt (Ergebnisse siehe Anhang 2, Tabelle 27 bis Tabelle 31). Dazu werden in den oben genannten Warengruppen Reduzierungen gegenüber den Werten des Prüfauftrages vorgenommen. Die sich somit ergebenden Verkaufsflächenobergrenzen werden in Tabelle 18 dargestellt.

**Tabelle 18: Warengruppenspezifische Verkaufsflächenreduzierungen (in m<sup>2</sup>)**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	notwendige Reduzierung in m <sup>2</sup>	verträgliche Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelskonzentration (SO 1)</b>			
<b>Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</b>			
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	5.000	-	5.000
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1.600	-	1.600
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	800	-	800
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>			
Zoo-/Heimtierbedarf	1.000	-	1.000
Blumen, Topfpflanzen (Indoor)	300	-	300
Bekleidung	7.000	-1.000	6.000
Schuhe/Lederwaren	1.500	-500	1.000
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	560	-	560
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	500	-	500
Sportartikel, Camping	2.700	-1.500	1.200
Fahrräder und Zubehör	7.000	-4.550	2.450
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	200	-	200
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	200	-	200
Elektrische Haushalts-Großgeräte	650	-250	400
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	2.000	-400	1.600
Augenoptik	400	-	400
Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptik)	500	-	500
Uhren, Schmuck	400	-100	300

*Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite*

Warengruppe	Verkaufs- fläche <i>in m<sup>2</sup></i>	notwendige Reduzierung <i>in m<sup>2</sup></i>	verträgliche Verkaufsfläche <i>in m<sup>2</sup></i>
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>			
Gartenbedarf	3.000		3.000
Baumarktsortiment i. e. S.	3.000		3.000
Möbel	3.000		3.000
Sport- und Freizeitboote (ohne Motorsportboote und Yachten)	3.000		3.000
Auto-/Motorradzubehör (außerhalb von Autohäusern)	3.000		3.000
<b>Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2)</b>			
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	1.700	-200	1.500
Bettwaren, Haus-/ Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	2.500	-900	1.600
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	800	-	800
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	2.000	-1.400	600
Elektrische Haushalts-Großgeräte	250	-	250
Bodenbeläge/Teppiche	2.000	-	2.000
Möbel	40.000	-	40.000
<b>Summarische Betrachtung (SO 1 und SO 2)</b>			
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	2.260	-	1.600
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	1.000	-	1.000
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	2.200	-	650
Elektrische Haushalts-Großgeräte	900	-	400
Möbel	43.000	-	43.000

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse

Wie bereits bei der Darstellung der Rahmendaten des Vorhabens (Kapitel 3.2) erläutert, bilden die Sortimente jeweils einen Flächenpool für die Vorhabenstandorte Einzelhandelskonzentration und Fachmarkttagglomeration Möbel. Dieser ist nicht vollständig additiv, sondern teilweise substitutiv im Rahmen der definierten maximalen Gesamtverkaufsflächen von 20.000 m<sup>2</sup> für die Einzelhandelskonzentration (ggf. auch als Einkaufszentrum) und 45.000 m<sup>2</sup> für die Fachmarkttagglomeration Möbel zu verstehen.

Die Summe der als städtebaulich verträglich einzustufenden Verkaufsflächen der nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Warengruppen/Sortimente verringert sich durch die Modifizierung für die Einzelhandelskonzentration (SO 1) um 8.300 m<sup>2</sup> somit von 32.010 m<sup>2</sup> auf 23.710 m<sup>2</sup> (Einzelfallbetrachtung). Der Flexibilisierungsrahmen beträgt mit Blick auf die maximal zulässigen Gesamtverkaufsfläche der Einzelhandelskonzentration von 20.000 m<sup>2</sup> rund 3.700 m<sup>2</sup> bzw. 19 %. Die im Bebauungsplan vorgesehene Zulässigkeit von nicht zentrenrelevanten Sortimenten mit Verkaufsflächen von maximal 3.000 m<sup>2</sup> pro Sortiment (beispielsweise Gartenbedarf oder Baumarktsortiment i. e. S.) erweitern diesen Flexibilisierungsrahmen zusätzlich deutlich.

Für die Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2) bedarf es bei dem nicht zentrenrelevanten Kernsortiment keiner Modifizierung. Die Summe der als städtebaulich verträglich eingestuften sortimentspezifischen Verkaufsfläche beläuft sich hier auf insgesamt 42.000 m<sup>2</sup> (40.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche Möbel und 2.000 m<sup>2</sup> Bodenbeläge/Teppiche). Für das zentrenrelevante Randsortiment ergeben sich in der Einzelfallbetrachtung für die Fachmarkttagglomeration Möbel Modifizierungen um insgesamt 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das bedeutet, dass von den geplanten 7.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche 4.750 m<sup>2</sup> als städtebaulich verträglich eingestuft werden können.

Im Rahmen der summarischen Betrachtung jener Sortimente, die sowohl im Bereich der Einzelhandelskonzentration als auch der Fachmarkttagglomeration Möbel geplant sind, ergeben sich bei Realisierung beider Vorhaben zusätzliche Modifizierungen. Die ermittelten maximalen Verkaufsflächen sind auf die beiden Standorte aufzuteilen (siehe dazu Kapitel 7).

## 6 Überprüfung der Kompatibilität mit landesplanerischen und stadtplanerischen Vorgaben

Neben der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit ist zudem zu untersuchen und nachzuweisen, ob die Vorhaben mit den landesplanerischen und stadtplanerischen Zielen und Grundsätzen kompatibel sind. Eine Überprüfung der Kompatibilität erfolgt für folgende Instrumentarien:

- Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) – Kapitel 6.1,
- Flächennutzungsplan Berlin (FNP Berlin) – Kapitel 6.2,
- Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 (StEP Zentren 2030) – Kapitel 6.3,
- Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin (AV Zentren und Einzelhandel) – Kapitel 6.4 sowie
- Bezirkliches Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Berlin Pankow 2016 (BEHK Pankow) – Kapitel 6.5.

### 6.1 Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg

Landesplanerische Relevanz für den Untersuchungsgegenstand entfalten die im **Kapitel 2 „Wirtschaftliche Entwicklung, Gewerbe und großflächiger Einzelhandel“** formulierten Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR)<sup>40</sup>. Für die Beurteilung der geplanten großflächigen Einzelhandelseinrichtungen sind insbesondere die nachfolgend aufgeführten Festlegungen 2.6 bis 2.14 einschlägig:

#### **Z 2.6 Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte**

*Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot).*

Die Vorhaben befinden sich in der Metropole Berlin und sind daher gemäß Ziel 2.6 LEP HR zulässig.

<sup>40</sup> Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Brandenburg Teil II - Nr. 35 vom 13. Mai 2019, Anlage zur Verordnung über den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR)

## Z 2.7 Schutz benachbarter Zentren

*Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigerungsverbot).*

Für die Vorhaben Einzelhandelskonzentration (ggf. auch in Form eines Einkaufszentrums) im Hauptzentrum Pankow und großflächiger Möbeleinzelhandel (an der Fachmarkttagglomeration Rangierbahnhof Pankow) besteht eine Zuordnung zur Metropole Berlin. Mit der Lage der Einzelhandelskonzentration (ggf. auch in Form eines Einkaufszentrums) im zentralen Versorgungsbereich und des großflächigen Möbeleinzelhandels am Standort der Fachmarkttagglomeration Rangierbahnhof Pankow (jeweils gemäß StEP Zentren 2030 sowie des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Berlin Pankow) übernehmen die Vorhaben im Wesentlichen eine Versorgungsbedeutung für den Bezirk Berlin Pankow sowie teilweise darüber hinaus (Teilbereiche des Berliner Umlands). Eine wesentliche Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Versorgungsstrukturen in den im Einzugsbereich (Untersuchungsraum) der Vorhaben gelegenen Kommunen ist unter Berücksichtigung der empfohlenen reduzierten warengruppenspezifischen Verkaufsflächen (siehe dazu Kapitel 5.6) auszuschließen. Unter dieser Voraussetzung sind die Vorhaben mit Ziel 2.7 kompatibel.

## G 2.8 Angemessene Dimensionierung

*Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten sollen der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot). [...]*

**Tabelle 19: Liste der zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente gemäß LEP HR**

<b>1.</b>	<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>
<b>1.1</b>	<b>Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung</b>
<b>52.11/52.2<sup>3</sup></b>	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
<b>52.49.9</b>	Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel sowie Organisationsmittel für Büro Zwecke
<b>52.3</b>	Apotheken, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel (einschließlich Drogerieartikel)
<b>52.47</b>	Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf
<b>1.2</b>	<b>Sonstige zentrenrelevante Sortimente</b>
<b>52.41</b>	Textilien
<b>52.42</b>	Bekleidung
<b>52.43</b>	Schuhe und Lederwaren
<b>52.44.2</b>	Beleuchtungsartikel
<b>52.44.3</b>	Haushaltsgegenstände (ohne Garten- und Campingmöbel, Bedarfsartikel und Grillgeräte für den Garten)
<b>52.44.4</b>	Keramische Erzeugnisse und Glaswaren
<b>52.44.6</b>	Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
<b>52.44.7</b>	Heimtextilien
<b>52.45</b>	Elektrische Haushaltsgeräte, Geräte der Unterhaltungselektronik und Musikinstrumente
<b>52.48.2</b>	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel
<b>52.48.5</b>	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
<b>52.48.6</b>	Spielwaren
<b>52.49.1</b>	Blumen, Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde
<b>52.49.2</b>	Zoologischer Bedarf und lebende Tiere
<b>52.49.3</b>	Augenoptiker
<b>52.49.4</b>	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker)
<b>52.49.5</b>	Computer, Computerteile, periphere Einheiten und Software
<b>52.49.6</b>	Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone
<b>52.49.7</b>	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
<b>52.49.8</b>	Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel), ausgenommen Sport- und Freizeitboote und Zubehör
<b>52.49.9</b>	Sonstiger Facheinzelhandel, ausgenommen Büromöbel, Organisationsmittel für Büro Zwecke, Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel und Brennstoffe
<b>52.5</b>	Antiquitäten und Gebrauchsgüter

Fortsetzung der Liste auf der nächsten Seite

2.	Nicht-zentrenrelevante Sortimente
50.10.3	Kraftwagen
50.30.3	Kraftwagenteile und Zubehör
51.15.4	Aus der Unterklasse Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren: Garagen, Gewächshäuser, Gerätehäuschen und Baubuden
50.40.3	Krafträder, Kraftradteile und -zubehör
52.44.1	Wohnmöbel
52.44.3	Bedarfsartikel und Grillgeräte für den Garten sowie Garten- und Campingmöbel
52.46.1	Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (einschließlich Sanitärkeramik)
52.46.2	Anstrichmittel
52.46.3	Bau- und Heimwerkerbedarf
52.48.1	Tapeten- und Bodenbeläge (einschließlich Teppiche)
52.49.1	Aus der Unterklasse Blumen, Pflanzen und Saatgut: Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde
52.49.8	Aus der Unterklasse Sport- und Campingartikel: Sport- und Freizeitboote und Zubehör
52.49.9	Aus der Unterklasse Sonstiger Facheinzelhandel: Büromöbel und Brennstoffe
51.51.3	Mineralölerzeugnisse

Quelle: Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Brandenburg Teil II - Nr. 35 vom 13. Mai 2019, Anlage zur Verordnung über den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR), S.41f.

Das Kongruenzgebot gemäß G 2.8 dient dem Schutz der zentralörtlich gegliederten Versorgungsstruktur sowie der verbrauchernahen Versorgung. Es ist davon auszugehen, dass eine Beeinträchtigung des Kongruenzgebotes auszuschließen ist, wenn bei einem Ansiedlungsvorhaben der erwartete sortimentsbezogene Umsatz des Vorhabens die entsprechende Kaufkraft im zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht überschreitet. Bei den vorliegenden Vorhaben werden die sortimentspezifischen Umsätze der beiden Vorhaben (Einzelhandelskonzentration, großflächiger Möbeleinzelhandel) der entsprechenden Kaufkraft im Bezirk Pankow gegenübergestellt. Ausgewiesen wird jeweils der sortimentspezifische Umsatz für das modifizierte Vorhaben für die Berechnungsvarianten Einzelvorhaben Einzelhandelskonzentration, Einzelvorhaben Möbeleinzelhandel und summarische Betrachtung. Grundlage der Einordnung der zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimente stellt die Berliner Sortimentsliste dar (vgl. dazu AV Zentren und Einzelhandel, 2020, Anhang I), die der Liste der zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente gemäß LEP HR entspricht (vgl. dazu LEP HR, 2019, S. 39f).

Es ist darauf hinzuweisen, dass die nicht zentrenrelevanten Sortimente der Möbelmärkte nicht Gegenstand der Untersuchung waren.

**Tabelle 20: Gegenüberstellung von Umsatz und Kaufkraft nach Warengruppen auf Basis der empfohlenen Reduzierungen**

Warengruppe/Sortiment	Umsatz	einzelhandelsrelevante Kaufkraft (stationär) Bezirk Pankow	Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis
	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>	
<b>Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)</b>			
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	25,5	1.263,7	2,0
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,4	194,4	5,3
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	3,8	74,2	5,1
Zoo-/Heimtierbedarf	1,9	19,8	9,6

*Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite*

Warengruppe/Sortiment	Umsatz	einzelhandels- relevante Kauf- kraft (stationär) Bezirk Pankow	Umsatz-Kauf- kraft-Verhältnis
	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>	
Blumen, Topfpflanzen und Blumentöpfe (in Verkaufsräumen)	0,8	32,3	2,3
Bekleidung	18,0	133,2	13,5
Schuhe/Lederwaren	3,7	39,6	9,3
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	1,2	31,2	3,9
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	1,6	34,8	4,6
Fahrräder und Zubehör	11,0	42,9	25,7
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote) und Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte	3,0	39,2	7,7
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	0,3	11,5	3,0
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	1,0	36,3	2,8
Elektrische Haushalts-Großgeräte	1,9	22,7	8,5
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	9,6	102,9	9,3
Augenoptik	2,9	31,9	9,2
Foto, Optik	3,7	17,4	21,0
Uhren/Schmuck	2,6	31,3	8,1
Gartenbedarf	3,3	53,6	6,2
Baummarktsortiment i. e. S.	4,5	214,6	2,1
Teppiche	2,0	2,8	71,4
Möbel	4,8	158,8	3,0
<b>Fachmarkttagglomeration Möbel (zentrenrelevante Randsortimente, Einzelvorhaben)</b>			
<b>Kernsortiment</b>			
Möbel	64,0	158,8	40,3
Teppiche	2,0	2,8	71,4
<b>zentrenrelevante Randsortimente</b>			
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	29	31,2	9,1
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	3,2	16,8	19,0
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	1,4	11,5	11,8
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	3,1	36,3	8,4
Elektrische Haushalts-Großgeräte	1,2	22,7	5,3

*Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite*

Warengruppe/Sortiment	Umsatz	einzelhandelsrelevante Kaufkraft (stationär) Bezirk Pankow	Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis
	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in Mio. Euro</i>	
<b>Einzelhandelskonzentration und Fachmarkttagglomeration Möbel (summarisch)</b>			
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	4,5	31,2	14,5
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	1,7	11,5	14,8
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	5,1	36,3	14,0
Elektrische Haushalts-Großgeräte	2,9	22,7	12,7
Möbel	68,8	158,8	43,3

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse

Wie die Gegenüberstellung von zu erwartendem sortimentsspezifischem Umsatz der Vorhaben sowie lokaler Kaufkraft im Bezirk Pankow zeigt, liegt das Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis in zentrenrelevanten Sortimenten zwischen 2 und 26 % in den jeweils untersuchten Warengruppen. In nicht zentrenrelevanten Sortimenten beläuft sich das Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis auf 2 bis 71 %. Die örtliche, sortimentsspezifische Kaufkraft liegt damit deutlich über dem entsprechenden Umsatz des Vorhabens. Damit ist eine Kompatibilität mit Ziel 2.8 gegeben.

### **G 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung**

*Bei der Entwicklung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentsspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden.*

Gemäß LEP HR sollen „großflächige Einzelhandelsvorhaben nicht mehr als 25 Prozent der im jeweils einschlägigen Bezugsraum vorhandenen sortimentsspezifischen Kaufkraft binden, um eine vielfältige Handelsstruktur zu sichern und regionale sortimentsspezifische Anbietermonopole zu vermeiden. Damit sind betriebswirtschaftlich sinnvolle und zugleich raumverträgliche Größenordnungen von großflächigen Einzelvorhaben möglich. Der Bezugsraum für die maximale Kaufkraftbindung ist der für jeden Zentralen Ort anzunehmende Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes, der die Versorgungsstruktur und Attraktivität eines Zentralen Ortes und seine übergemeindliche Versorgungsfunktion widerspiegelt.“

Unter Berücksichtigung der Versorgungsbedeutung der Vorhabenstandorte Einzelhandelskonzentration (ggf. auch in Form eines Einkaufszentrums) im Hauptzentrum Pankow und des großflächigen Möbeleinzelhandels im Bereich der Fachmarkttagglomeration Rangierbahnhof Pankow ist der einschlägige Bezugsraum für die Vorhaben der Bezirk Pankow. Wie die Darstellung des Umsatz-Kaufkraft-Verhältnisses nach Warengruppen für die Vorhaben zeigt (siehe dazu Tabelle 20), wird dieses in keinem Fall überschritten. Es ist somit davon auszugehen, dass mit einer Kaufkraftabschöpfung von z. T. sehr deutlich unter 25 % eine Kompatibilität mit Grundsatz 2.11 gegeben ist.

**Z 2.13 Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte**

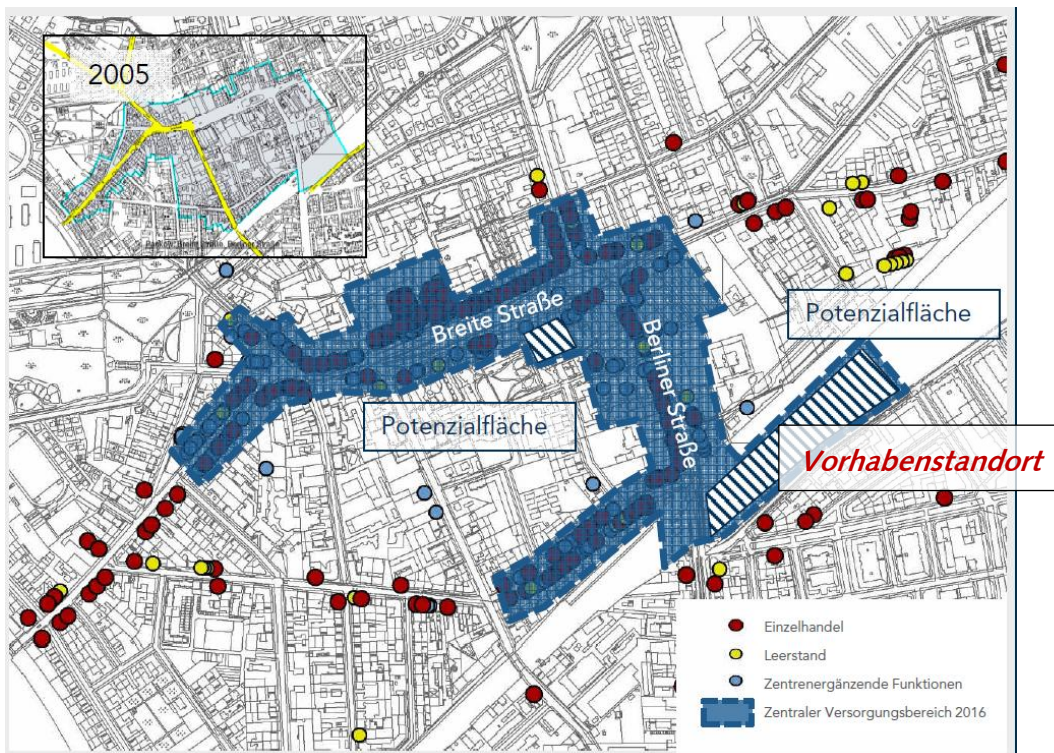
(1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 1 Nummer 1.2 sind nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig (Integrationsgebot).

(2) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß Tabelle 1 Nummer 2 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig, sofern die vorhabenbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente 10 Prozent nicht überschreitet. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nummer 1.1 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.

Hierbei gilt es, die Vorhaben einzeln zu bewerten:

- Einzelhandelskonzentration (ggf. auch in Form eines Einkaufszentrums)  
Für die Einzelhandelskonzentration ist ein Angebotschwerpunkt mit Sortimenten geplant, die i. S. d. LEP HR als zentrenrelevant definiert werden. Der Vorhabenstandort befindet sich als definierte Potenzialfläche gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Pankow. Damit ist das Vorhaben mit dem Ziel 2.13 (1) kompatibel.

**Karte 7: Hauptzentrum Pankow gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept Pankow, 2016**



Quelle: Stadt+Handel: Aktualisierung des Bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für den Bezirk Berlin Pankow, 2016, S. 113

- großflächiger Möbele Einzelhandel

Der Angebotsschwerpunkt des großflächigen Möbele Einzelhandels liegt im Sortiment Möbel, welches i. S. d. LEP HR als nicht zentrenrelevantes Sortiment definiert wird. Der Vorhabenstandort befindet sich gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, im Bereich der definierten Fachmarkttagglomeration Rangierbahnhof Pankow. Sofern pro Betrieb die zentrenrelevanten Randsortimente einen Anteil von 10 % an der Gesamtverkaufsfläche nicht übersteigen, ist das Vorhaben kompatibel mit diesem Ziel.

Demnach sind bei einer geplanten Gesamtverkaufsfläche des großflächigen Möbele Einzelhandels von 45.000 m<sup>2</sup> maximal 4.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente möglich.

(Beschränkungen der Einzelsortimente können sich darüber hinaus aufgrund der Ergebnisse der Untersuchung zum Beeinträchtigungsverbot ergeben.)

### **Z 2.14 Einzelhandelsagglomerationen**

*Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist entgegenzuwirken (Agglomerationsverbot).*

Bezogen auf das Vorhaben zur Ansiedlung von Möbelmärkten im Bereich der Fachmarkttagglomeration Rangierbahnhof Pankow handelt es sich um großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Möbel) gemäß Sortimentsliste des LEP HR an einem Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs. Die Bildung einer Agglomeration i. S. V. Z 2.14 ist damit nicht zu erwarten. Eine Kompatibilität mit diesem Ziel ist folglich gegeben.

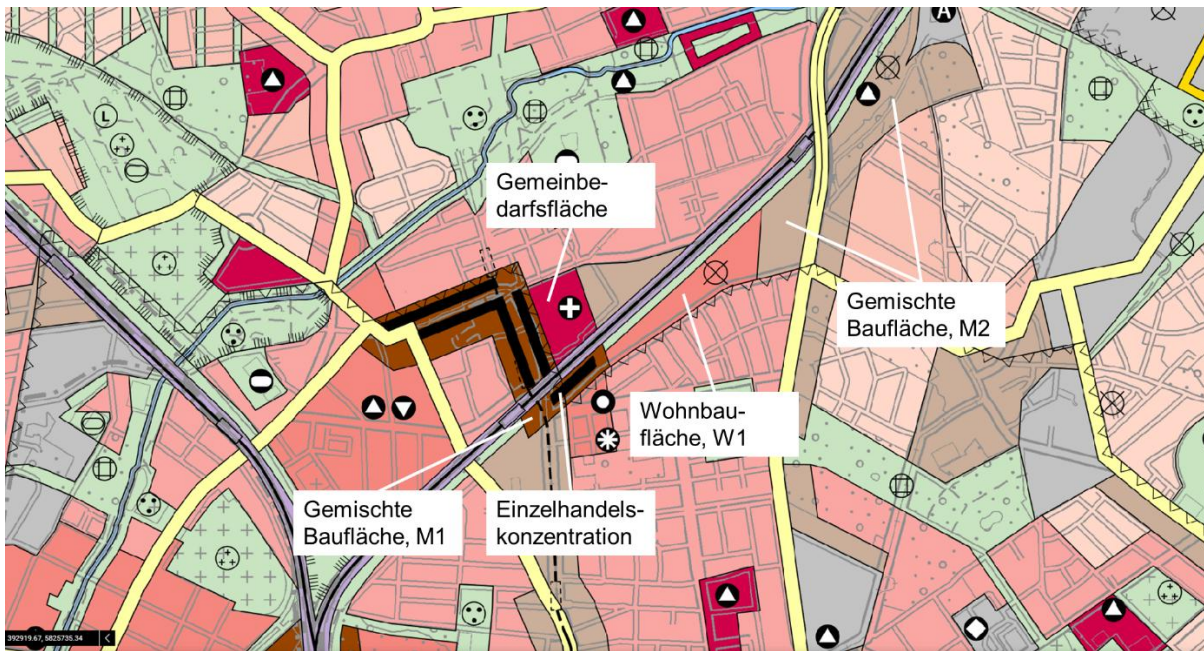
#### **Fazit**

**Unter Berücksichtigung der empfohlenen Reduzierung der warengruppenspezifischen Dimensionierung der Vorhaben (siehe dazu Kapitel 5.6) ist eine Vereinbarkeit mit den einschlägigen Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg gegeben.**

## 6.2 Flächennutzungsplan Berlin

Die Änderung des Flächennutzungsplans von Berlin für die Nachnutzung des ehemaligen Rangierbahnhofs Pankow (laufende Nummer 05/16) ist durch Bekanntmachung im Amtsblatt für Berlin am 24.01.2025 in Kraft getreten. Das Verfahren wurde von der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen geführt. Es ist nunmehr die notwendige Grundlage für das Inkrafttreten des Bebauungsplans geschaffen worden, da sich dieser mit seinen Regelungsinhalten aus den Darstellungen des Flächennutzungsplans ergeben muss. Der Flächennutzungsplan stellt die beabsichtigte städtebauliche Entwicklung der Fläche in seinen Grundzügen dar (siehe dazu Karte 8).

Karte 8: Flächennutzungsplan Berlin (Auszug)



Quelle: FNP Berlin vom 01.07.1994 in der Fassung der Neubekanntmachung vom 07.02.2025 (ABl. Nr. 7) einschließlich aller wirksamen Änderungen und Berichtigungen bis Januar 2025

## 6.3 Stadtentwicklungsplan Zentren 2030

Der Stadtentwicklungsplan Zentren (StEP Zentren 2030)<sup>41</sup> ist ein vom Berliner Senat beschlossenes gesamtstädtisches Planungsinstrument zur Sicherung und Entwicklung der Berliner Zentren. Er enthält insbesondere Vor- und Maßgaben, die eine positive und zukunftsorientierte Entwicklung der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Berlin gewährleisten sollen.

Der StEP Zentren 2030 stellt sieben übergeordnete Ziele heraus:

1. *Berlin als Metropole stärken*
2. *Polyzentralität sichern und entwickeln*
3. *Funktionsmischung in den Zentren stärken*
4. *Städtebauliche Qualitäten in den Zentren stärken*
5. *Quantitäten steuern, um Qualitäten zu steigern*
6. *Nahversorgung sichern*
7. *Großflächige Einzelhandelseinrichtungen stadtverträglich integrieren*

Diese Ziele werden in zehn Leitlinien konkretisiert. Darüber hinaus geben fünf Steuerungsgrundsätze sowie ein übergeordneter Grundsatz des stadtentwicklungsplanerischen

<sup>41</sup> Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen (2019): Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 - Lebendige Zentren und wohnungsnaher Versorgung für die wachsende Stadt. Berlin.

Beeinträchtigungsverbots Regeln für Entscheidungen und Maßnahmen im Zusammenhang mit der Einzelhandelssteuerung in Berlin vor. Diese werden im Rahmen der Stadtplanung in den Berliner Bezirken befolgt und finden regelmäßig eine Berücksichtigung und teilweise Konkretisierung in den bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzepten. Folgende Steuerungsgrundsätze, die einer späteren Abwägung unterliegen, sind für die Vorhaben relevant:

### ***Grundsatz des stadtentwicklungsplanerischen Beeinträchtigungsverbots***

*Kein Einzelhandelsvorhaben und keine Einzelhandelsplanung in Berlin darf sich städtebaulich negativ auf bestehende und noch zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche oder auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung auswirken. Um solche Auswirkungen auszuschließen, müssen geeignete Maßnahmen ergriffen werden. Einzelhandelsprojekte in Zentren sollten zu deren Stärkung beitragen. Daher gilt das Beeinträchtigungsverbot auch bezogen auf das Zentrum selbst, in dem die Einzelhandelseinrichtung geplant wird.*

Im Rahmen der vorliegenden städtebaulichen Wirkungsanalyse wird vor dem Hintergrund einer städtebaulichen Verträglichkeit der Vorhaben eine Reduzierung der geplanten Verkaufsfläche in einzelnen Warengruppen empfohlen. Unter Berücksichtigung der empfohlenen sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen sind keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie der Versorgungsstrukturen in Berlin und auch im darüber hinausgehenden Untersuchungsraum im Berliner Umland zu erwarten, so dass die Vorhaben mit diesem Grundsatz kompatibel sind. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass potenzielle Auswirkungen durch die Planungen innerhalb des Hauptzentrums Pankow selbst besonders zu betrachten sind. Im bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird herausgestellt, dass das Hauptzentrum Pankow aufgrund seines eher grundversorgungsrelevanten Angebotes, einem ausbaufähigen Branchenmix und einer deutlich unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung die Funktion eines Hauptzentrums nur eingeschränkt wahrnimmt. Daneben bestehen funktionale und städtebauliche Schwächen aufgrund des teilweise lückenhaften Einzelhandelsbesatzes und Entwicklungspotenzialen in Form von Frei- und Nachverdichtungsflächen. Auch der StEP Zentren 2030 weist für das Hauptzentrum Pankow aus städtebaulicher wie aus einzelhandelsrelevanter Sicht Handlungsbedarf aus (vgl. dazu StEP Zentren 2030, Karte 6, S. 50). Diese Situation zeigt sich auch heute noch so. Ein Einzelhandelsvorhaben im Bereich des Pankower Tors könnte zwar auf der einen Seite zur Stärkung der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums beitragen, auf der anderen Seite allerdings bei einer Überdimensionierung die bereits heute ablesbaren einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Schwächen verschärfen oder eine Schiefelage zu Lasten bestehender Strukturen herbeiführen. Entsprechend sollten vor dem Hintergrund geplanter Entwicklungen am Pankower Tor ggf. auch Maßnahmen zur Stärkung der städtebaulichen Qualität der übrigen Strukturen (insbesondere im Bereich Breite Straße/Anger) ergriffen werden, um eine Attraktivität für zentrenrelevante Nutzungen zu sichern und zu stärken bzw. eine Aufwertung der Aufenthaltsqualität zu erlangen.

### ***Steuerungsgrundsatz 1***

*Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten – ohne nahversorgungsrelevante Sortimente – sind nur in zentralen Versorgungsbereichen städtischer Zentren (ab*

*der Ebene Ortsteilzentrum aufwärts) möglich. Dabei muss die Größe des Vorhabens der Funktion des zentralen Versorgungsbereichs angemessen sein. [...]*

Steuerungsgrundsatz 1 betrifft die geplante Einzelhandelskonzentration (auch in Form eines Einkaufszentrums) mit einem Angebotsschwerpunkt im Bereich zentrenrelevanter Sortimente gemäß Sortimentsliste für das Land Berlin (siehe dazu AV Zentren und Einzelhandel). Der Vorhabenstandort befindet sich gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, der als Hauptzentrum eine Versorgungsfunktion für den gesamten Bezirk Pankow übernimmt. Vor diesem Hintergrund und unter Berücksichtigung der empfohlenen warengruppenspezifischen Verkaufsflächenreduzierungen ist das Vorhaben mit dem Steuerungsgrundsatz 1 des StEP Zentren 2030 kompatibel.

### **Steuerungsgrundsatz 3**

*(a) Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sind nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorzusehen. Dabei muss die maximale Größe des Vorhabens der Funktion des zentralen Versorgungsbereichs angemessen sein (in einem Ortsteilzentrum sind das zum Beispiel höchstens 2.500 Quadratmeter je Betrieb).*

Ein wesentlicher Anteil der geplanten Verkaufsfläche der Einzelhandelskonzentration (ggf. auch in Form eines Einkaufszentrums) umfasst nahversorgungsrelevante Kernsortimentsanbieter. Der Vorhabenstandort befindet sich gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept sowie StEP Zentren 2030 innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, der als Hauptzentrum eine Versorgungsfunktion für den gesamten Bezirk Pankow übernimmt. Bei einer auf die stationäre Kaufkraft bezogenen potenziellen Abschöpfung durch das Vorhaben im Bezirk Pankow in der Warengruppe Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren von 2 % und 5 % in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel ist von einer der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums angemessenen Dimensionierung des Vorhabens auszugehen. Vor diesem Hintergrund ist das Vorhaben mit dem Steuerungsgrundsatz 3 des StEP Zentren 2030 kompatibel.

### **Steuerungsgrundsatz 4**

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

Für die avisierten Ansiedlung von Möbeleinzelhandel sind die Bestimmungen des Steuerungsgrundsatzes 4 einschlägig. Der Vorhabenstandort ist gemäß StEP Zentren 2030 als Fachmarkttagglomeration definiert. Damit ist bezogen auf das Lagekriterium eine Kompatibilität mit dem Steuerungsgrundsatz 4 gegeben.

Sofern die zentrenrelevanten Randsortimente pro Betrieb einen Anteil von 10 % an der

Gesamtverkaufsfläche bzw. höchstens 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nicht übersteigen, ist das Vorhaben auch kompatibel mit dem Kriterium zur Begrenzung zentrenrelevanter Randsortimente des Steuerungsgrundsatzes 4.

Unter Berücksichtigung einer Gesamtverkaufsfläche von 45.000 m<sup>2</sup> wären somit zentrenrelevante Randsortimente auf maximal 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche möglich.

Entgegen dieser, einer Abwägung unterliegenden Vorgabe wird im Bebauungsplan zum Vorhaben die Festsetzung getroffen, dass zentrenrelevante Randsortimente innerhalb eines Einzelhandelsbetriebes insgesamt 10 % der Gesamtverkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebes nicht überschreiten dürfen. Voraussetzung ist dabei, dass die ausgewiesenen sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen zudem eingehalten werden (vgl. dazu Kapitel 5.6: Beschränkungen der Einzelsortimente aufgrund der Ergebnisse der Untersuchung zum Beeinträchtigungsverbot).

### **Steuerungsgrundsatz 5**

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

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

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

#### *Materielle Kriterien*

- *Entfernung des Vorhabens von zentralen Versorgungsbereichen und/oder Nahversorgungsstandorten*
- *perspektivische Umsatzumverteilung gegenüber dem Bestand unter Berücksichtigung zusätzlicher Effekte aus Agglomerationen und Kumulationen*
- *mögliche städtebaulich-funktionale Vorschädigung eines zentralen Versorgungsbereichs oder Nahversorgungsstandorts*
- *Betroffenheit vorhandener Magnetbetriebe (im eigenen oder einem benachbarten zentralen Versorgungsbereich oder Nahversorgungsstandort)*
- *zusätzliche Verkehrserzeugung*
- *Übereinstimmung der Planung mit übergeordneten Vorgaben insbesondere des Landesentwicklungsplans, des FNP, des StEP Zentren 2030, der einschlägigen Ausführungsvorschriften*

*ten, des StEP Wirtschaft 2030 und des bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepts (Kompatibilitätsprüfung)*

Steuerungsgrundsatz 5 definiert zwingende Anforderungen an städtebauliche Wirkungsanalysen. Diese wurden in der vorliegenden Verträglichkeitsanalyse für die zu prüfenden Vorhaben vollständig beachtet.

### Fazit

Unter Berücksichtigung der empfohlenen Reduzierung der warengruppenspezifischen Dimensionierung der Vorhaben (siehe dazu Kapitel 5.6) sowie einer Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente im Sondergebiet „Großflächiger Möbeleinzelhandel“ auf einen Anteil von 10 % an der Gesamtverkaufsfläche ist eine weitreichende Vereinbarkeit mit den einschlägigen Grundsätzen des StEP Zentren 2030 gegeben. Es ergibt sich lediglich ein einziger Dissens zu den Vorgaben des StEP Zentren 2030, der darin besteht, dass durch die Festsetzungen im Bebauungsplan eine Überschreitung der vorgesehenen Verkaufsflächenobergrenze von 2.500 m<sup>2</sup> für zentrenrelevante Randsortimente im Sondergebiet „Großflächiger Möbeleinzelhandel“ ermöglicht wird.

### Nachtrag zum Stadtentwicklungsplan Zentren 2040 (Stand 27.01.2026)

Die vorliegende „Städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeitsanalyse für eine Einzelhandelskonzentration und eine Fachmarkttagglomeration Möbel im Rahmen der Entwicklung des ehemaligen Rangierbahnhofs Pankow“ als aktualisierende und zusammenführende Untersuchung bis dahin erstellter Wirkungsanalysen wurde im November 2025 vorgelegt. Am 13.01.2026 wurde seitens des Senats von Berlin die **vierte Fortschreibung des Stadtentwicklungsplans Zentren (StEP Zentren 2040<sup>42</sup>)** beschlossen. Damit wird die bisherige gesamtstädtische Zielsetzung zur Sicherung und Entwicklung der Berliner Zentren fortgeführt. **Die Schlussfolgerungen im Rahmen der städtebaulichen und landesplanerischen Verträglichkeitsanalyse zur Kompatibilität der Vorhaben mit den im StEP Zentren 2030 formulierten Zielen und Grundsätzen haben weiterhin Gültigkeit**, wenngleich der StEP Zentren 2040 gegenüber dem StEP Zentren 2030 im Zuge der Fortschreibung einige Veränderungen bzw. Ergänzungen aufweist, die nachfolgend, mit Bezug zu Kapitel 6.3 der Verträglichkeitsanalyse, kurz erläutert werden.

Im Rahmen der Fortschreibung des StEP Zentren wurden bei den **übergeordneten Zielen** vor allem die Aspekte Resilienz, Zukunftsfähigkeit und Transformationsmanagement aufgenommen, die zur Stärkung der Metropole Berlin mit ihrer polyzentralen Struktur beitragen sollen. Weiterhin wichtig sind darüber hinaus die Sicherung der wohnungsnahen Versorgung sowie die stadt- und zentrenverträgliche Integration des großflächigen Einzelhandels. Konkretisiert werden diese Ziele in zehn **Leitlinien**.

<sup>42</sup> siehe dazu: <https://www.berlin.de/sen/stadtentwicklung/planung/stadtentwicklungsplaene/step-zentren-2040/>; Zugriff 27.01.2026

Im Hinblick auf die Umsetzung der Ziele und Leitlinien werden **Steuerungsgrundsätze** formuliert, die allen Bewertungen und Entscheidungen im Zusammenhang mit Einzelhandels- und Zentrenentwicklungen zugrunde gelegt werden sollen und somit auch für die Einordnung der Vorhaben heranzuziehen sind.

Der **Grundsatz des stadtentwicklungsplanerischen Beeinträchtigungsverbotes** hat weiterhin Bestand. Er betont, dass sich „Kein Einzelhandelsvorhaben und keine Einzelhandelsplanung in Berlin [...] städtebaulich negativ auf bestehende und noch zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche oder auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung auswirken“ darf. Das Beeinträchtigungsverbot gilt für alle betroffenen Zentren und explizit auch für das Zentrum selbst, in dem eine Einzelhandelseinrichtung geplant wird. Es wird nun auch besonders darauf hingewiesen, dass die Einordnung der Zentrenrelevanz von Sortimenten gemäß der Berliner Sortimentsliste die Grundlage der Bewertung darstellt. Der Grundsatz wird im Sinne der Ausführungen in der Verträglichkeitsanalyse (insbesondere Reduzierung der geplanten Verkaufsfläche in einzelnen Warengruppen) erfüllt.

Der **Steuerungsgrundsatz 1** des StEP Zentren 2040 beinhaltet Regeln zum Umgang mit Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. In der aktuellen Fortschreibung des StEP Zentren wurde der bisherige Steuerungsgrundsatz 2 für entsprechende kleinflächige Betriebe in den Steuerungsgrundsatz 1 integriert. Die Regelungen für den großflächigen Einzelhandel, die für das Vorhaben Einzelhandelskonzentration relevant sind, bleiben unverändert. Somit haben auch hier die Aussagen zur Kompatibilität der Vorhaben mit den Vorgaben des StEP Zentren weiterhin Gültigkeit.

Der im StEP Zentren 2040 neu formulierte **Steuerungsgrundsatz 2** umfasst Regelungen für großflächige und kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten. Bezogen auf das Vorhaben Einzelhandelskonzentration ist der Abschnitt (a) einschlägig. Die der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums angemessene Dimensionierung des Vorhabens wurde nachgewiesen, so dass auch hier weiterhin von einer Kompatibilität mit dem StEP Zentren auszugehen ist.

Der bisherige Steuerungsgrundsatz 4 wird im StEP Zentren 2040 durch den inhaltlich nicht veränderten **Steuerungsgrundsatz 3** für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ersetzt. Für die avisierte Ansiedlung von Möbele Einzelhandel im Bereich der Fachmarkttagglomeration Rangierbahnhof Pankow gemäß StEP Zentren 2040, ist bezogen auf das Lagekriterium eine Kompatibilität gegeben. Die Vorgaben zur Festsetzung der zentrenrelevanten Randsortimente unterliegen der Abwägung. Im Bebauungsplanentwurf wird diesbezüglich der Anteils zentrenrelevanter Randsortimente pro Betrieb von maximal 10 % an der Gesamtverkaufsfläche eingehalten, nicht aber die Obergrenze von 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten im Bereich der Einzelhandelskonzentration wird durch die avisierte Lage im Hauptzentrum Pankow die Anforderung an die Lage erfüllt. Eine städtebauliche Verträglichkeit wurde für die angestrebte Dimensionierung der entsprechenden Sortimente in der Untersuchung nachgewiesen.

**Steuerungsgrundsatz 4** gemäß StEP Zentren 2040 (unverändert gegenüber der Fassung des Steuerungsgrundsatzes 5 im StEP Zentren 2030) definiert zwingende Anforderungen an städtebauliche Wirkungsanalysen. Diese wurden in der Verträglichkeitsanalyse für die zu prüfenden Vorhaben vollständig beachtet.

In der Zusammenschau hat das nachfolgende Fazit weiterhin Gültigkeit:

**Unter Berücksichtigung der empfohlenen Reduzierung der warengruppenspezifischen Dimensionierung der Vorhaben (siehe dazu Kapitel 5.6) sowie einer Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente im Sondergebiet „Großflächiger Möbeleinzelhandel“ auf einen Anteil von 10 % an der Gesamtverkaufsfläche ist eine weitreichende Vereinbarkeit mit den einschlägigen Grundsätzen des StEP Zentren 2030 gegeben. Es ergibt sich lediglich ein einziger Dissens zu den Vorgaben des StEP Zentren 2030, der darin besteht, dass durch die Festsetzungen im Bebauungsplan eine Überschreitung der vorgesehenen Verkaufsflächenobergrenze von 2.500 m<sup>2</sup> für zentrenrelevante Randsortimente im Sondergebiet „Großflächiger Möbeleinzelhandel“ ermöglicht wird.**

## 6.4 Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin

Zur Umsetzung des StEP Zentren 2030 stellen die „Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin“ (AV Zentren und Einzelhandel)<sup>43</sup> nähere Hinweise und Vorgaben zur Verfügung. Folgende Maßgaben sind für die Vorhaben relevant:

### **3.4.3 – Vorhaben/Planungen in städtischen Zentren und in Nahversorgungszentren**

*(1) Baugebiete für großflächige oder für Agglomerationen mehrerer nicht großflächiger Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen innerhalb der städtischen Zentren entwickelt werden. Nach Maßgabe der übergeordneten Steuerungsgrundsätze des StEP Zentren 2030 kann eine Beschränkung von Branchen und eine Begrenzung der Verkaufsfläche in Abhängigkeit von der jeweiligen Versorgungsfunktion des Zentrums und zum Schutz der Versorgungsfunktion umliegender Zentren geboten sein. Neue Einkaufszentren sollen mikroräumlich in den Haupt-Laufwegen der städtischen Zentren angesiedelt werden. Zudem sind nähere Anforderungen an die städtebauliche Integration von Einkaufszentren gemäß Kapitel 3.8 des StEP Zentren 2030 zu berücksichtigen. [...]*

*(3) Nahversorgungseinrichtungen sind für die Versorgungsfunktion und Vitalität von zentralen Versorgungsbereichen in besonderem Maße bedeutend. Daher sind sie primär in zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln und zu erweitern. Um benachbarte zentrale Versorgungsbereiche vor mehr als unwesentlichen städtebaulichen Auswirkungen zu schützen und um angemessene Entwicklungspotenziale für benachbarte zentrale Versorgungsbereiche zu sichern, ist eine*

<sup>43</sup> Landesverwaltungsamt Berlin (2020): Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin (AV Zentren und Einzelhandel). Amtsblatt für Berlin Nummer 3 vom 17. Januar 2020 (ABl. S. 254 bis 280)

*angemessene Relation zwischen der Verkaufsflächengröße des Vorhabens beziehungsweise der Planung und der Funktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs herzustellen. Lebensmittelmärkte ab einer Verkaufsfläche von 2.500 m<sup>2</sup> sind regelmäßig nur in Stadtteilzentren und höherrangigen städtischen Zentren anzusiedeln. [...]*

*(5) Zusammen mit den bereits im zentralen Versorgungsbereich bestehenden Einzelhandelseinrichtungen sollen neue Vorhaben beziehungsweise Planungen die Orientierungswerte zur Flächenausstattung gemäß Abbildung 3 des StEP Zentren 2030 nicht überschreiten. In Abhängigkeit unter anderem von der Siedlungsstruktur, der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage und Attraktivität von Wettbewerbsstandorten, der Höhe und Entwicklung der Kaufkraft im zu versorgenden Gebiet sind im Einzelfall auch niedrigere oder höhere Flächenausstattungen der Zentren begründbar.*

Bei dem Vorhaben zur Entwicklung einer Einzelhandelskonzentration (ggf. auch in Form eines Einkaufszentrums) mit Angebotsschwerpunkten in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptzentrum Pankow handelt es sich um ein großflächiges Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO. Entsprechende Baugebiete sind gemäß AV Zentren und Einzelhandel in städtischen Zentren zu entwickeln. Dieses Kriterium ist im Planungsfall erfüllt.

In Abhängigkeit von der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums und zum Schutz der Versorgungsfunktion der Zentren sowie der Versorgungsstrukturen im Auswirkungsbereich des Vorhabens wird gutachterlicherseits eine Beschränkung von Branchen und eine Begrenzung der entsprechenden Verkaufsflächen als notwendig erachtet.

Derzeit liegen noch keine hinreichend konkreten Planungen zur Einzelhandelskonzentration vor, um die städtebauliche Integration des Vorhabens bewerten zu können. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass ein klassisches Einkaufszentrum aufgrund seiner introvertierten Gestaltung den Anforderungen an die städtebauliche Integration von Einkaufszentren gemäß Kapitel 3.8.1 des StEP Zentren 2030 nur unzureichend gerecht werden würde. Neben einer angemessenen Dimensionierung und verkehrlichen Anbindung (insbesondere auch fußläufig wie an den ÖPNV) sollen neue Einkaufszentren in Berlin zum einen als Beitrag zum Stadtbild eine hochwertige innere und äußere Gestaltung aufweisen und sich zum anderen nach außen öffnen sowie zu einer Belebung des jeweiligen Zentrums beitragen. Dies ist primär durch den Typus eines „offenen Centers“ zu erreichen. „Dieser Center-Typ besteht aus mehreren einheitlich geplanten und betriebenen Gebäuden, zwischen denen sich ein öffentlich nutzbares Wegenetz aufspannt. Solche Center verbinden die betrieblichen Vorteile von Einkaufszentren mit den Merkmalen offener, Nutzungsgemischter und nutzungsflexibler Strukturen der europäischen Stadt.“ (vgl. dazu StEP Zentren 2030, S. 60)

In Absatz 3 wird festgestellt, dass Nahversorgungseinrichtungen für die Versorgungsfunktion und Vitalität von zentralen Versorgungsbereichen in besonderem Maße bedeutend sind. Auch im Rahmen des Vorhabens ist ein nicht unerheblicher Anteil der Verkaufsfläche für nahversorgungsrelevante Sortimente vorgesehen. Dabei wird es sich nach Angaben des Betreibers bei einer Gesamtverkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren von bis zu 5.000 m<sup>2</sup> und in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und

orthopädische Artikel von bis zu 1.600 m<sup>2</sup> nicht um einen großen Anbieter (z. B. SB-Warenhaus) handeln, sondern um verschiedene sich qualitativ und funktional ergänzende Anbieter (Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscounter, Biomarkt, Drogeriemarkt, ggf. kleine Fachgeschäfte/Lebensmittelhandwerksbetriebe). In der geplanten Dimensionierung und Struktur können sie einen Beitrag zur Vielfalt des Angebotes im Hauptzentrum Pankow leisten sowie dessen Funktion sichern und stärken, ohne sich negativ auf andere städtische Zentren bzw. Versorgungsstrukturen im Einzugsgebiet des Vorhabens auszuwirken.

Das Hauptzentrum Pankow weist heute eine Gesamtverkaufsfläche von rund 24.000 m<sup>2</sup> auf. Damit ist es im Vergleich zu anderen Berliner Hauptzentren sowie auch im Hinblick auf die Orientierungswerte zur Flächenausstattung von 50.000 bis 100.000 m<sup>2</sup> gemäß Abbildung 3 des StEP Zentren 2030 deutlich unterdurchschnittlich aufgestellt. Eine Umsetzung des Vorhabens würde eine Annäherung an den unteren Orientierungswert implizieren, wobei die Modifizierung des Vorhabens aufgrund der Anforderungen an seine städtebauliche Verträglichkeit sowie die Lage, die Versorgungsbedeutung (bzw. Kaufkraft im zu versorgenden Gebiet) und die Beziehung zu Wettbewerbsstandorten grundsätzlich einen leicht unterdurchschnittlichen bzw. im Bereich des unteren Orientierungswerts angesiedelten Ausstattungswert begründen.

**Unter Berücksichtigung der Empfehlungen zur Modifizierung und städtebaulichen Gestaltung/Umsetzung des Vorhabens ist eine Kompatibilität mit den einschlägigen Maßgaben des Kapitels 3.4.3 der AV Zentren und Einzelhandel (2020) gegeben.**

### **3.4.6 – Vorhaben/Planungen in Standorten für Fachmärkten**

*(1) Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (Fachmärkte) sollen primär in den städtischen Zentren sowie in den Fachmarkttagglomerationen, die im Fachmarkt-konzept des StEP Zentren 2030 ausgewiesen werden, angesiedelt oder erweitert werden. [...]*

*(5) In Fachmarkttagglomerationen, übergeordneten sowie bezirklichen Fachmarktstandorten sind ausschließlich Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vorzusehen. Zum Schutz sowie zur Wahrung weiterer Entwicklungschancen der städtischen Zentren Berlins sind zentrenrelevante Randsortimente in Fachmärkten grundsätzlich auf maximal 10 % der vorhabenbezogenen Verkaufsfläche (vergleiche LEP HR Ziel 2.13 (2)), höchstens jedoch 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu begrenzen (siehe Steuerungsgrundsatz 4 des StEP Zentren 2030).*

*(6) Bei Planungen und Vorhaben in Fachmarkttagglomerationen sowie in übergeordneten Fachmarktstandorten sind regelmäßig die Auswirkungen gemäß § 11 Absatz 3 BauNVO zu untersuchen. Die Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung sowie die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sind vorrangig bezogen auf die zentrenrelevanten Randsortimente zu untersuchen. Dies gilt auch für Erweiterungs- und Umnutzungsvorhaben. In der Auswirkungsuntersuchung sind etwaige Agglomerations- und Kumulationseffekte zu berücksichtigen. Die Ergebnisse der Auswirkungsuntersuchung sind im Rahmen des Bauleitplanverfahrens zu berücksichtigen; gegebenenfalls ist eine Modifikation der Planung (zum Beispiel Verringerung der Gesamt- und/oder Teilsortimentsverkaufsflächen) vorzunehmen. Bei Planungen und Vorhaben in bezirklichen Fachmarktstandorten, bei denen die zentrenrelevanten Randsortimente insgesamt*

*eine Summe von 800 m<sup>2</sup> Gesamt-Verkaufsfläche nicht überschreiten, kann im Einzelfall von einer Untersuchung der Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche gemäß § 11 Absatz 3 BauNVO abgesehen werden.*

Die Ansiedlung von großflächigem Möbeleinzelhandel im Bereich der Fachmarkttagglomeration Rangierbahnhof Pankow ist kompatibel mit den Maßgaben gemäß Kapitel 3.4.6 der AV Zentren und Einzelhandel in ihrer derzeit gültigen Fassung (2020). Diesen im Weiteren entsprechend wurde die vorliegende städtebauliche Wirkungsanalyse durchgeführt, die Empfehlungen zur Reduzierung der geplanten Verkaufsflächen einzelner zentrenrelevanter Randsortimente beinhaltet. Diesen folgend sowie eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente von maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. höchstens 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche einhaltend, bestünde eine Kompatibilität der Vorhaben mit allen einschlägigen Anforderungen der AV Zentren Einzelhandel.

Entgegen dieser, einer Abwägung unterliegenden Vorgabe wird im Bebauungsplan zum Vorhaben die Festsetzung getroffen, dass zentrenrelevante Randsortimente innerhalb eines Einzelhandelsbetriebes insgesamt 10 % der Gesamtverkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebes nicht überschreiten dürfen. Damit ergibt sich mit Blick auf die zulässige Gesamtverkaufsfläche eine absolute Größenordnung von 4.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente. Voraussetzung ist dabei, dass die ausgewiesenen sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen eingehalten werden (vgl. dazu Kapitel 5.6: Beschränkungen der Einzelsortimente aufgrund der Ergebnisse der Untersuchung zum Beeinträchtigungsverbot). Dieser Wert überschreitet die in der AV Zentren und Einzelhandel aufgeführte Obergrenze von 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente.

## 6.5 Bezirkliches Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Berlin Pankow 2016

Das bezirkliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Bezirk Pankow (BEHK) definiert Grundsätze zur Steuerung des Einzelhandels. Folgende sind für die zu untersuchenden Vorhaben relevant:

### **Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel (außer Nahversorgung)**

- *Großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ist nur innerhalb der städtischen Zentren (Ortsteil-, Stadtteil-, Hauptzentren und Zentrumsbereichskerne) zuzulassen. [...]*

Leitsatz I betrifft die geplante Einzelhandelskonzentration (ggf. auch in Form eines Einkaufszentrums) mit einem Angebotsschwerpunkt im Bereich zentrenrelevanter Sortimente (im Sinne der Berliner Sortimentsliste). Der Vorhabenstandort befindet sich gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, dem Hauptzentrum Pankow. Vor diesem Hintergrund (und unter Berücksichtigung der empfohlenen

warengruppenspezifischen Verkaufsflächenreduzierungen) ist das Vorhaben mit dem Leitsatz 1 des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes kompatibel.

**Leitsatz II: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel**

- *Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sind grundsätzlich nur innerhalb der festgelegten zentralen Versorgungsbereiche zuzulassen. [...]*

Für die geplante Einzelhandelskonzentration (ggf. auch in Form eines Einkaufszentrums) ist auch Leitsatz II relevant, da ein nicht unwesentlicher Anteil der Verkaufsfläche auf nahversorgungsrelevante Kernsortimentsanbieter entfallen soll. Der Vorhabenstandort befindet sich gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, der als Hauptzentrum eine Versorgungsfunktion für den gesamten Bezirk Pankow übernimmt. Vor diesem Hintergrund ist das Vorhaben mit dem Leitsatz II des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes kompatibel.

**Leitsatz III: Nicht - zentrenrelevanter Einzelhandel**

- *[...] Darüber hinaus ist eine Ansiedlung innerhalb der im StEP Zentren 3 ausgewiesenen Fachmarkttagglomerationen [...] vorzusehen, sofern diese zur Verdichtung des Standortnetzes einer verbrauchernahen Versorgung dienen und von diesen keine mehr als unwesentlichen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen.*
- *Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Fachmarkttagglomerationen [...] sind zudem die in der AV Einzelhandel 2014 (Ziffer 3.4.6), die im StEP Zentren 3 und im Fachmarktkonzept Berlin 2013 enthaltenen Maßgaben zu berücksichtigen. [...]*

Für die geplanten Ansiedlung von großflächigem Möbeleinzelhandel sind die Bestimmungen des Leitsatzes III einschlägig. Der Vorhabenstandort ist gemäß StEP Zentren 2030 als Fachmarkttagglomeration definiert. In der vorliegenden Wirkungsanalyse wurde für geplante zentrenrelevante Randsortimente nachgewiesen, dass negative städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie die Versorgungsstrukturen unter Berücksichtigung einer empfohlenen Reduzierung einzelner warengruppenspezifischen Verkaufsflächen nicht zu erwarten sind. Zudem ist seitens des Betreibers die Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche pro Betrieb beabsichtigt. Hinsichtlich der Prüfkulisse der vorliegenden Untersuchung sind die Vorhaben kompatibel mit diesem Leitsatz.

Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass die Standort- und Steuerungsanforderungen (gemäß StEP Zentren 2030) bei Umsetzung einzuhalten sind, teilweise sind die entsprechenden Voraussetzungen dazu noch zu schaffen. Mit der aktuellen, vom Senat beschlossenen Fassung des StEP Zentren 2030 wurde zusätzlich ein Grundsatz zur Beschränkung zentrenrelevanter Randsortimente eingeführt. Diese dürfen pro Betrieb nicht mehr als 2.500 m<sup>2</sup> umfassen. Bei einem Anteil von 10 % bzw. 4.500 m<sup>2</sup> bei einem Einzelhandelsbetrieb am Standort (Gesamtverkaufsfläche 45.000 m<sup>2</sup>) wäre diese Vorgabe nicht erfüllt.

## 7 Fazit und gutachterliche Empfehlungen

Im Zuge der Entwicklung des Geländes des ehemaligen Rangierbahnhofs Pankow, welches im Jahr 2009 von der Krieger Handel SE (damals Krieger Grundstück GmbH (KGG)) erworben wurde, soll ein neues Stadtquartier entstehen. Dieses soll u. a. eine Einzelhandelskonzentration (auch in Form eines Einkaufszentrums) sowie eine Fachmarkttagglomeration Möbel enthalten. Im Zuge lange andauernder Planungen und Abstimmungen wurden auch zur geplanten Einzelhandelsentwicklung verschiedene Konzepte und Gutachten erstellt, die in die eingeleitete Bauleitplanung eingeflossen sind. Dazu hatte das Bezirksamt Pankow in seiner Sitzung am 10.03.2020 beschlossen, den Bebauungsplan 3-60 („Pankower Tor“) für das Gelände des ehemaligen Rangierbahnhofs Pankow aufzustellen. Das Erfordernis der Aktualisierung und Zusammenführung der verschiedenen Konzepte und Gutachten zur Einzelhandelsplanung ergab sich nach der förmlichen Behördenbeteiligung gem. § 4 (2) BauGB, die im November/Dezember 2023 durchgeführt wurde. Mit Beschluss des Bezirksamts Pankow vom 19.12.2023 wurde zudem der Geltungsbereich des Bebauungsplans 3-60 entlang der Prenzlauer Promenade sowie nördlich der Kleingartenanlage Feuchter Winkel Ost in die drei Bebauungspläne 3-60a „Pankower Tor“, 3-60b „Pankower Tor - Bahnbetriebswerk Pankow“ und 3-60c „Pankower Tor - Schule Heimdallstraße“ aufgeteilt. Die beiden Einzelhandelsvorhaben (und das geplante Stadtquartier) befinden sich seither im Geltungsbereich des in Aufstellung befindlichen Bebauungsplans 3-60a „Pankower Tor“. Die vorliegende Untersuchung hat den Überarbeitungsbedarf aufgegriffen. Dabei fand auf Grundlage aktualisierter Daten eine Zusammenführung und Ergänzung der Inhalte der unterschiedlichen Einzelhandelsgutachten unter Berücksichtigung des geplanten Sortimentskonzepts des Vorhabenträgers sowie der getroffenen textlichen Festsetzungen im Bebauungsplan statt.

Der Fokus der Betrachtungen liegt somit weiterhin auf der Fragestellung, ob durch das Vorhaben der Krieger Handel SE (Ansiedlung Einzelhandelskonzentration/Einkaufszentrum sowie Fachmarkttagglomeration Möbel mit entsprechenden zentrenrelevanten Randsortimenten) in der geplanten Dimensionierung der Einzelhandelskonzentration von maximal 20.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und der Fachmarkttagglomeration Möbel von maximal 45.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche absatzwirtschaftliche Auswirkungen (Veränderungen der Kaufkraftströme) ausgelöst werden, die negative Folgewirkungen im Sinne von städtebaulichen oder auch versorgungsstrukturellen Auswirkungen in den perspektivisch betroffenen Zentren bzw. Bezirken und Kommunen im Untersuchungsraum nach sich ziehen könnten. Dazu wurden folgende Berechnungsschritte durchgeführt:

### 1. Betrachtung der Einzelvorhaben:

- Sortimentsspezifische Modellrechnung zu absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Einzelhandelskonzentration in der geplanten Größenordnung von maximal 20.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche.
- Sortimentsspezifische Modellrechnung zu absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Fachmarkttagglomeration Möbel in der geplanten Größenordnung von maximal

45.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche unter Berücksichtigung des nicht zentrenrelevanten Kernsortiments sowie der zentrenrelevanten Randsortimente.

## 2. Summarische Betrachtung

- zu absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten, die sowohl für die Einzelhandelskonzentration als auch als Randsortimente für die Fachmarkttagglomeration Möbel geplant werden.

Es wurden für die Einzelhandelsbausteine unterschiedliche, sich teilweise überlappende Untersuchungsräume berücksichtigt, die sich insbesondere aufgrund der unterschiedlichen Ausstrahlungskräfte der geplanten Angebote (Warengruppen bzw. Sortimente), ihrer Distanzempfindlichkeit, Dimensionierung sowie der Erreichbarkeit der Standorte ergeben:

- **Untersuchungsraum A:**  
Bezirk Pankow, aus dem Bezirk Mitte das Stadtteilzentrum Badstraße;  
Untersuchungsgegenstand: zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente – Einzelhandelskonzentration (SO 1);
- **Untersuchungsraum B:**  
Bezirk Pankow, aus dem Bezirk Mitte das Stadtteilzentrum Badstraße, Städte und Gemeinden im Umland: Bernau bei Berlin, Glienicke/Nordbahn, Mühlenbecker Land, Panketal und Wandlitz;  
Untersuchungsgegenstand: zentrenrelevante Sortimente – Einzelhandelskonzentration (SO 1)
- **Untersuchungsraum C:**  
Untersuchungsgegenstand: nicht zentrenrelevante Sortimente und zentrenrelevante Randsortimente – Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2);  
Bezirk Pankow, weitere Berliner Bezirke: Friedrichshain-Kreuzberg, Lichtenberg (anteilig), Marzahn-Hellersdorf (anteilig), Mitte und Reinickendorf (anteilig), Städte und Gemeinden im Umland: Bernau bei Berlin, Glienicke/Nordbahn, Mühlenbecker Land, Panketal und Wandlitz

### Städtebauliche Integration der Vorhaben

Die Errichtung von Möbeleinzelhandel im Bereich der Fachmarkttagglomeration Rangierbahnhof Pankow entspricht den übergeordneten Zielen und Grundsätzen (insbesondere StEP Zentren 2030 sowie AV Zentren und Einzelhandel), soweit eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente (maximal 10 % bzw. 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) eingehalten wird.

Gemäß der raumordnerischen wie auch bezirklichen Ziele und Grundsätze sind Einzelhandelsentwicklungen mit zentrenrelevanten Sortimenten in zentrale Versorgungsbereiche zu lenken. Diesen wird mit der geplanten Einzelhandelsansiedlung im Bereich der Einzelhandelskonzentration an der Berliner Straße im Hauptzentrum Pankow Folge geleistet. Mit Blick auf die Umsetzung der Einzelhandelsbausteine ist besonders darauf hinzuweisen, dass ein (klassisches) Einkaufszentrum aufgrund seiner introvertierten Gestaltung den Anforderungen an die städtebauliche

Integration von Einkaufszentren gemäß Kapitel 3.8.1 des StEP Zentren 2030 nur unzureichend gerecht werden würde. Neben einer angemessenen Dimensionierung und verkehrlichen Anbindung (insbesondere auch fußläufig wie an den ÖPNV) sollen neue Einkaufszentren in Berlin und somit auch im Hauptzentrum Pankow zum einen als Beitrag zum Stadtbild eine hochwertige innere und äußere Gestaltung aufweisen und sich zum anderen nach außen öffnen sowie zu einer Belebung des jeweiligen Zentrums beitragen. Dies ist primär durch den Typus eines „offenen Center“ zu erreichen. „Dieser Center-Typ besteht aus mehreren einheitlich geplanten und betriebenen Gebäuden, zwischen denen sich ein öffentlich nutzbares Wegenetz aufspannt. Solche Center verbinden die betrieblichen Vorteile von Einkaufszentren mit den Merkmalen offener, Nutzungsgemischter und nutzungsflexibler Strukturen der europäischen Stadt.“ (vgl. dazu StEP Zentren 2030, S. 60)

### Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen

Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Einzelhandelsbausteine wurden unter Berücksichtigung der vorgesehenen textlichen Festsetzungen im Bebauungsplan differenziert für die Einzelhandelskonzentration (SO 1) und die Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2) sowie in den betroffenen Sortimenten in ihrer summarischen Wirkung untersucht.

Da für die Einzelhandelsbausteine in der beabsichtigten Dimensionierung in einzelnen Warengruppen/Sortimenten keine städtebauliche Verträglichkeit attestiert werden kann, werden im Rahmen der vorliegenden Wirkungsanalyse – unter Berücksichtigung der Vor- und Maßgaben des LEP HR, des StEP Zentren 2030 sowie des bezirklichen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes – städtebaulich verträgliche Verkaufsflächenobergrenzen für die Warengruppen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Sport- und Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten, Elektrische Haushalts-Großgeräte, Neue Medien, Unterhaltungselektronik sowie Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen hergeleitet und Reduzierungen empfohlen. Aufgrund dieser Verkaufsflächenmodifizierung ergibt sich auf der einen Seite weiterhin ein flexibler Entwicklungsrahmen (Flächenpool) für die Vorhabenbausteine (SO 1 und SO 2), auf der anderen Seite bestehen aber auch Einschränkungen:

**Tabelle 21: Städtebaulich verträgliche Verkaufsflächen (in m<sup>2</sup>)**

Warengruppe	verträgliche Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelskonzentration (SO 1)</b>	
<b>Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	5.000
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1.600
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	800
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Zoo-/Heimtierbedarf	1.000
Blumen, Topfpflanzen (Indoor)	300

*Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite*

Warengruppe	verträgliche Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>
Bekleidung	6.000
Schuhe/Lederwaren	1.000
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	560
Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien	500
Sportartikel, Camping	1.200
Fahrräder und Zubehör	2.450
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	200
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	200
Elektrische Haushalts-Großgeräte	400
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	1.600
Augenoptik	400
Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptik)	500
Uhren, Schmuck	300
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	
Gartenbedarf	3.000
Baumarktsortiment i. e. S.	3.000
Möbel	3.000
Sport- und Freizeitboote (ohne Motorsportboote und Yachten)	3.000
Auto-/Motorradzubehör (außerhalb von Autohäusern)	3.000
<b>Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2)</b>	
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	1.500
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	1.600
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	800
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	600
Elektrische Haushalts-Großgeräte	250
Bodenbeläge/Teppiche	2.000
Möbel	40.000
<b>Summarische Betrachtung (SO 1 und SO 2)</b>	
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	1.600
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	1.000
Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten	650
Elektrische Haushalts-Großgeräte	400
Möbel	43.000

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse

Die jeweiligen Sortimente innerhalb des Flächenpools für die Einzelhandelskonzentration sowie für die Fachmarkttagglomeration Möbel sind nicht vollständig additiv, sondern teilweise

substitutiv im Rahmen der definierten maximalen Gesamtverkaufsflächen von 20.000 m<sup>2</sup> für die Einzelhandelskonzentration (ggf. auch als Einkaufszentrum) und 45.000 m<sup>2</sup> für die Fachmarkt-agglomeration Möbel zu verstehen.

Die Summe der als städtebaulich verträglich einzustufenden Verkaufsflächen der nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Warengruppen/Sortimente für die Einzelhandelskonzentration (SO 1) beläuft sich gemäß Modifizierung auf 23.710 m<sup>2</sup> (Einzelfallbetrachtung). Der Flexibilisierungsrahmen beträgt mit Blick auf die maximal zulässigen Gesamtverkaufsfläche der Einzelhandelskonzentration von 20.000 m<sup>2</sup> rund 3.700 m<sup>2</sup> bzw. 19 %. Die im Bebauungsplan vorgesehene Zulässigkeit von nicht zentrenrelevanten Sortimenten mit Verkaufsflächen von maximal 3.000 m<sup>2</sup> pro Sortiment (beispielsweise Gartenbedarf oder Baumarktsortiment i. e. S.) erweitert diesen Flexibilisierungsrahmen zusätzlich deutlich. Die städtebaulich verträglichen, sortimentspezifischen Verkaufsflächen ermöglichen die Ansiedlung eines attraktiven, zentrentypischen Angebotes, welches u. a. einen strukturprägenden Lebensmittelmarkt, einen Drogeriemarkt, Bekleidungsmärkte und Schuhgeschäfte, einen Elektronikfachmarkt und auch einen Sportfachmarkt umfassen könnte. Für die Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2) war bei dem nicht zentrenrelevanten Kernsortiment keine Modifizierung notwendig. Die Summe der als städtebaulich verträglich eingestuften sortimentspezifischen Verkaufsfläche beläuft sich auf insgesamt 42.000 m<sup>2</sup> (40.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche Möbel und 2.000 m<sup>2</sup> Bodenbeläge/Teppiche). Für das zentrenrelevante Randsortiment ergaben sich in der Einzelfallbetrachtung für die Fachmarkt-agglomeration Möbel Modifizierungen um insgesamt 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das bedeutet, dass von den geplanten 7.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche 4.750 m<sup>2</sup> als städtebaulich verträglich eingestuft werden können.

Im Rahmen der summarischen Betrachtung jener Sortimente, die sowohl im Bereich der Einzelhandelskonzentration als auch der Fachmarkttagglomeration Möbel geplant sind, ergeben sich bei Realisierung beider Vorhaben zusätzliche Modifizierungen. Die ermittelten maximalen Verkaufsflächen sind auf die beiden Standorte aufzuteilen.

Hinsichtlich der zentrenrelevanten Randsortimente ist herauszustellen, dass gemäß LEP HR insgesamt bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche zulässig sind. Die Summe der städtebaulich verträglichen Sortimente überschreitet die landesplanerische Vorgabe für zentrenrelevante Randsortimente von 10 % der Gesamtverkaufsfläche sowie darüber hinaus auch die maximale Obergrenze von 2.500 m<sup>2</sup> gemäß StEP Zentren 2030. Davon leitet sich eine entsprechende Flexibilität abhängig von der Höhe der vorhabenbezogenen Beschränkung der Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Randsortimente ab.

Für den Einzelhandelsbestand bzw. die Funktion des Hauptzentrums Pankow ist, nicht zuletzt aufgrund der unmittelbaren Nähe zu den Vorhabenstandorten, eine deutliche Betroffenheit mehrerer Sortimente und daraus resultierender Summenwirkungen zu erwarten. Grundsätzlich können Veränderungen der bestehenden Einzelhandelsstrukturen im Hauptzentrum Pankow und das Entstehen von Leerständen nicht ausgeschlossen werden, wenngleich das Hauptzentrum Pankow insgesamt eine quantitative Stärkung erfahren wird. Betroffen wären vor allem das bestehende Einkaufszentrum Rathaus-Center Pankow, aber auch einzelne Betriebe außerhalb des Centers in der Breiten Straße, Berliner Straße sowie Florastraße. Eine Schwächung der Vielfalt des Angebotes sowie abnehmende Passantenfrequenzen können negative Auswirkungen

auf die bestehenden städtebaulichen Strukturen nach sich ziehen, wenngleich unter rein funktionalen Gesichtspunkten festzuhalten ist, dass das Hauptzentrum Pankow insgesamt mit Umsetzung der Vorhaben eine Stärkung erfahren wird. Mit den Entwicklungen in der Breiten Straße (Ansiedlung Biosupermarkt Bio-Company, IKEA Planungsstudio oder das Vorhaben auf dem ehemaligen Kaufhallengrundstück<sup>44</sup>) sowie in der Berliner Straße (Bau eines Pflegezentrums) sind bereits funktionsstärkende Maßnahmen im Kontext der bestehenden Strukturen geplant bzw. (teilweise) umgesetzt worden. Auch ist in diesem Zusammenhang auf den auf dem Anger in der Breiten Straße etablierten Wochenmarkt hinzuweisen. Er findet vier Mal wöchentlich (dienstags, mittwochs, freitags und samstags) statt und bietet u. a. ein Angebot von Nahrungs- und Genussmitteln (insbesondere Eier, Fisch, Wurst, Honig) sowie Textilien, Taschen und Küchenutensilien. Der Wochenmarkt sollte daher in seiner Funktion als (Handels-)Treffpunkt und Frequenzerzeuger gesichert und gestärkt werden. Darüber hinaus können geeignete qualitative Maßnahmen (z. B. Aufwertung Gestaltung und Aufenthaltsqualität Breite Straße/Anger, Geschäftsstraßenmanagement) zur Sicherung und Stärkung des Hauptzentrums in seiner Gesamtheit beitragen und zudem einer strukturellen Schiefelage entgegenwirken. Diese sollten seitens des Bezirks im Vorfeld der Umsetzung der geplanten Einzelhandelsvorhaben, z. B. in Form eines Maßnahmenkataloges oder integrierten Handlungskonzeptes definiert werden. Dabei sollte eine Einleitung der (oder zumindest wesentlicher) Maßnahmen möglichst frühzeitig stattfinden, so dass diese noch vor bzw. spätestens mit der Eröffnung der Einzelhandelsnutzungen am westlichen Pol (Einzelhandelskonzentration) greifen können, um entsprechende Friktionen so gering wie möglich zu halten. Schließlich ist vor allem auch die Finanzierung der Maßnahmen zu klären. So ist beispielsweise zu prüfen, ob Förderprogramme (wie beispielsweise das Berliner Plätzeprogramm oder Aktive Zentren) in Anspruch genommen werden können. Das Berliner Plätzeprogramm ist ein Instrument zur Förderung baukultureller Qualität im öffentlichen Raum, mit dem der Senat Maßnahmen der Bezirke unterstützt. Nach einer im Planungsprozess möglichst frühzeitigen Beantragung bei der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen wird gemeinsam mit dem Bezirk ein Planungsprozess vereinbart. Ein möglicher Platzbereich, der aufgewertet werden könnte, befindet sich an der Ecke Breite Straße/Berliner Straße, wo 1970 der Tröpfelbrunnen „Kletternde Kinder“ von Prof. Gerhard Thieme erschaffen wurde.

Darüber hinaus ist bei der Weiterentwicklung des Hauptzentrums Pankow neben der öffentlichen Hand aber auch ein aktives Mitwirken weiterer Akteure, wie Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer sowie Betreiber, unabdingbar. Dies ist grundsätzlich bereits vor dem Hintergrund des Strukturwandels des Einzelhandels und insbesondere rückgängiger Verkaufsflächen insbesondere in den städtischen Zentren notwendig und eben insbesondere auch mit Blick auf die Veränderungen im Zentrum, die sich durch die Ansiedlung von Einzelhandel am Pankower Tor ergeben, sinnvoll. Im Sinne einer Sicherung und vor allem Stärkung der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums Pankow in seiner Gesamtheit muss es darum gehen, eine der Zentrenfunktion angemessene Multifunktionalität weiterzuentwickeln. Das bedeutet, dass freiwerdende Einzelhandelsflächen auch durch verschiedene Dienstleistungen, wie beispielsweise

<sup>44</sup> Das Vorhaben auf dem ehemaligen Kaufhallengrundstück in der Breiten Straße stellt eine wichtige Entwicklung innerhalb des Hauptzentrums Pankow dar. Eine Konkretisierung findet derzeit im Zuge des Bebauungsplanverfahrens statt (B-Plan 3-35, geplante Offenlage Dezember 2025). Nach der im Jahr 2026 vorgesehenen Festsetzung des Bebauungsplanes ist eine Umsetzung geplant.

Gesundheitseinrichtungen und gastronomische Angebote nachgenutzt werden sollten. An geeigneten Standorten ist zudem, insbesondere in den Obergeschossen auch die Option von Wohnnutzung in Erwägung zu ziehen.

### Hinweise zu bauplanungsrechtlichen Festsetzungen

Die Fixierung der städtebaulich verträglichen Sortimente und Verkaufsflächen ist im Rahmen des Entwurfs des entsprechenden Bebauungsplanes Nr. 3-60a „Pankower Tor“ (Stand 21.11.2025) bereits vorgesehen. Darin ist für die Einzelhandelskonzentration ein Sondergebiet SO 1 mit der Zweckbestimmung „Wohn- und Büroquartier mit großflächigem Einzelhandel“ ausgewiesen und für die Fachmarkttagglomeration Möbel ein Sondergebiet SO 2 mit der Zweckbestimmung „Großflächiger Möbeleinzelhandel“ Die Festsetzung der Sortimente nimmt Bezug auf die Berliner Sortimentsliste gemäß AV Zentren und Einzelhandel. Diese berücksichtigt mit der Bezifferung der zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente die Gruppen/Klassen der „Klassifikation der Wirtschaftszweige“ des Statistischen Bundesamtes (2003). Nachfolgend werden die im Rahmen der Wirkungsanalyse als städtebaulich verträglich ermittelten Sortimente und Verkaufsflächenobergrenzen für die Standorte Einzelhandelskonzentration und Fachmarkttagglomeration Möbel aufgeführt. Dabei handelt es sich nicht um einen Vorschlag für textliche Festsetzungen, sondern es werden - ohne einen Bezug zu möglichen Betriebstypen - zusammengefasst die Sortimente mit den entsprechenden Verkaufsflächengrößen aufgeführt, die auf Grundlage der städtebaulichen Wirkungsanalyse zu begrenzen sind, um eine städtebauliche Verträglichkeit der Vorhaben zu gewährleisten.

Für den Bereich der Einzelhandelskonzentration ist nach dem jetzigen Kenntnisstand zu einzelhandelsrelevanten Nutzungen im Sondergebiet SO 1 eine Gesamtverkaufsfläche von 20.000 m<sup>2</sup> festzusetzen. Darin sind folgende sortimentsspezifische Verkaufsflächenobergrenzen zu berücksichtigen:

**Tabelle 22: Verkaufsflächenobergrenzen Einzelhandelskonzentration SO 1**

Warengruppe/ Sortiment	Sortimentsgruppe gem. Berliner Liste	WZ Nr. <sup>45</sup>	Verkaufsflächen- obergrenze
			Einzelhandels- konzentration SO 1 <i>in m<sup>2</sup></i>
<b>Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</b>			
Nahrungsmittel, Getränke und Tabak- waren	Nahrungsmittel, Getränke und Ta- bakwaren	52.11/52.2	5.000

*Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite*

<sup>45</sup> WZ-Nr.: Gruppen/Klassen gemäß Klassifikation der Wirtschaftszweige, Statistisches Bundesamt 2003, verwendet in: AV Zentren und Einzelhandel (2020) bzw. Handbuch Einzelhandelserhebung Berlin (2013)

Warengruppe/ Sortiment	Sortimentsgruppe gem. Berliner Liste	WZ Nr. <sup>45</sup>	Verkaufsflächen- obergrenze
			Einzelhandels- konzentration SO 1
			in m <sup>2</sup>
Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizini- sche und orthopädi- sche Artikel	freiverkäufliche pharmazeutische Artikel (Apotheke)	52.31	1.600
	medizinische und orthopädische Artikel (einschließlich Hörgeräte)	52.32	
	Drogeriewaren, Kosmetik/Parfü- merie (inkl. Wasch-/Putz- und Reini- gungsmittel)*	52.33 aus 52.49.9	
Papier/Bürobedarf/ Schreibwaren, Bücher, Zeitungen/Zeitschrif- ten	Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	52.47	800
	Papier/Bürobedarf/Schreibwaren aus dieser Unterklasse: Organisa- tionsmittel für Büro Zwecke	aus 52.49.9	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>			
Zoo-/Heimtierbedarf	Zoo-/Heimtierbedarf (inkl. lebende Tiere)*	52.49.2	1.000
Blumen/Topfpflanzen (Indoor)	Blumen/Topfpflanzen (Indoor), (inkl. Blumentöpfe)*	aus 52.49.1	300
Bekleidung	Bekleidung	52.42	6.000
Schuhe/Lederwaren	Schuhe/Lederwaren	52.43	1.000
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Kera- mik	Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	52.44.3 52.44.4	560 <sup>a</sup>
	Spielwaren	52.48.6	500
Spielwaren, Musikin- strumente/Musikalien	Musikinstrumente/Musikalien	52.49.3	
	Sportartikel, Fahrräder, Camping	Fahrräder und Zubehör	52.49.7
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Frei- zeitboote)		52.49.8	1.200
Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte		aus 52.49.9	
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	Holz-, Kork-, Flecht- und Korb- waren	52.44.6	200 <sup>b</sup>
	Kunstgegenstände, Bilder, kunst- gewerbliche Erzeugnisse Briefmar- ken, Münzen	52.48.2	
Elektrische Haushalts- geräte, Leuchten	Leuchten	52.44.2	200 <sup>c</sup>
	Elektrische Haushalts-Kleingeräte	aus: 52.45.1	
	Elektrische Haushalts-Großgeräte	aus: 52.45.1	200 <sup>d</sup>

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Warengruppe/ Sortiment	Sortimentsgruppe gem. Berliner Liste	WZ Nr. <sup>45</sup>	Verkaufsflächen- obergrenze
			Einzelhandels- konzentration SO 1
			in m <sup>2</sup>
Neue Medien, Unter- haltungselektronik	Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger	52.45.2	1.600
	Telekommunikationsendgeräte, PC und Zubehör, Software	52.49.5 52.49.6	
Foto, Optik	Augenoptik	52.49.3	400
	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptik)	52.49.4	500
Uhren, Schmuck	Uhren/Edelmetallwaren/Schmuck	52.48.5	300
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>			
Gartenbedarf	Gartenbedarf	52.49.1 <sup>4</sup> aus 52.44.3 <sup>5</sup>	3.000
Baumarktsortiment i. e. S.	Baumarktsortiment i. e. S.: Eisen-, Metall- und Kunststoffwa- ren a. n. g. Anstrichmittel Bau- und Heimwerkerbedarf (aus- genommen Campingartikel und Fahrradzubehör) aus dieser Unterklasse: elektro- technische Erzeugnisse aus dieser Unterklasse: Brenn- stoffe, darunter Kohle, Briketts, Brennholz (in Verkaufsräumen) Tapeten, Bodenbeläge <sup>6</sup>	52.46.1 52.46.2 52.46.3 aus 52.45.1 aus 52.49.9 aus 52.49.0 aus 52.48.1	3.000
Möbel	Wohnmöbel Büromöbel Gartenmöbel	52.44.1 aus 52.49.9 aus 52.44.3	3.000
Sonstige nicht zentren- relevante Sortimente	Sport- und Freizeitboote (ohne Motorsportboote und Yachten)	aus 52.49.8	3.000
	Auto- und Motorradzubehör (außerhalb von Autohäusern)	50.30.3 aus 50.40.3	3.000

Hinweise:

- Unter Berücksichtigung der summarischen Betrachtung wurde eine städtebaulich verträgliche Verkaufsfläche für die Warengruppe Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik von 1.600 m<sup>2</sup> aufgezeigt. Diese ist auf die Vorhabenstandorte aufzuteilen.
- Unter Berücksichtigung der summarischen Betrachtung wurde eine städtebaulich verträgliche Verkaufsfläche für die Warengruppe Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände von 1.000 m<sup>2</sup> aufgezeigt. Diese ist auf die Vorhabenstandorte aufzuteilen.
- Unter Berücksichtigung der summarischen Betrachtung wurde eine städtebaulich verträgliche Verkaufsfläche für das Sortiment Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten von 650 m<sup>2</sup> aufgezeigt. Diese ist auf die Vorhabenstandorte aufzuteilen.
- Unter Berücksichtigung der summarischen Betrachtung wurde eine städtebaulich verträgliche Verkaufsfläche für das Sortiment Elektrische Haushalts-Großgeräte von 400 m<sup>2</sup> aufgezeigt. Diese ist auf die Vorhabenstandorte aufzuteilen.

\*Erläuterung ergänzt

<sup>1</sup> Haus-/Bett-/Tischwäsche; <sup>2</sup> Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware Stoffe; <sup>3</sup> Heimtextilien (u. a. Gardinen und Dekostoffe); <sup>4</sup> Blumen, Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Blumen, Topfpflanzen und Blumentöpfe (in Verkaufsräumen); <sup>5</sup> aus dieser Unterklasse: Bedarfsartikel für den Garten, Möbel und Grillgeräte für den Garten; <sup>6</sup> ausgenommen Teppiche

Quelle: Darstellung Junker + Kruse

Für den Bereich der Fachmarkttagglomeration Möbel wäre nach dem jetzigen Kenntnisstand zu einzelhandelsrelevanten Nutzungen ein Sondergebiet mit einer Gesamtverkaufsfläche von 45.000 m<sup>2</sup> festzusetzen. Unter Berücksichtigung der AV Zentren und Einzelhandel sollen zentrenrelevante Randsortimente mit dem Kernsortiment sachlich zusammenhängen. Die zentrenrelevanten Randsortimente dürfen dabei einen Anteil an der vorhabenbezogenen Verkaufsfläche von 10 %, höchstens jedoch 2.500 m<sup>2</sup> nicht überschreiten. Für die zentrenrelevanten Randsortimente sind folgende Obergrenzen zu berücksichtigen.

**Tabelle 23: Verkaufsflächenobergrenzen Fachmarkttagglomeration Möbel SO 2**

Warengruppe/ Sortiment	Sortimentsgruppe gem. Berliner Liste	WZ Nr. <sup>46</sup>	Verkaufsflächen- obergrenzen
			Fachmarkttagglomeration Möbel SO 2
			<i>in m<sup>2</sup></i>
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>			
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	52.44.3	1.040 <sup>a</sup>
		52.44.4	
Bettwaren, Haus-/ Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	Bettwaren Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	aus 52.41.1	1.600
		aus 52.41.1 <sup>1</sup>	
		52.41.2 <sup>2</sup> 52.44.7 <sup>3</sup>	
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	Holz-, Kork-, Flecht- und Korb- waren Kunstgegenstände, Bilder, kunst- gewerbliche Erzeugnisse Briefmar- ken, Münzen	52.44.6	800 <sup>b</sup>
		52.48.2	
Elektrische Haushalts- geräte, Leuchten	Leuchten Elektrische Haushalts-Kleingeräte Elektrische Haushalts-Großgeräte	52.44.2	650 <sup>c</sup>
		aus: 52.45.1	
		aus: 52.45.1	200 <sup>d</sup>
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>			
Teppiche/Bodenbeläge	Teppiche, Bodenbeläge	52.48.1	2.000
Möbel	Wohnmöbel Büromöbel Gartenmöbel	52.44.1 aus 52.49.9 aus 52.44.3	40.000

*Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite*

<sup>46</sup> WZ-Nr.: Gruppen/Klassen gemäß Klassifikation der Wirtschaftszweige, Statistisches Bundesamt 2003, verwendet in: AV Zentren und Einzelhandel (2020) bzw. Handbuch Einzelhandelserhebung Berlin (2013)

Hinweise:

- a Unter Berücksichtigung der summarischen Betrachtung wurde eine städtebaulich verträgliche Verkaufsfläche für die Warengruppe Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik von 1.600 m<sup>2</sup> aufgezeigt. Diese ist auf die Vorhabenstandorte aufzuteilen.
  - b Unter Berücksichtigung der summarischen Betrachtung wurde eine städtebaulich verträgliche Verkaufsfläche für die Warengruppe Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände von 1.000 m<sup>2</sup> aufgezeigt. Diese ist auf die Vorhabenstandorte aufzuteilen.
  - c Unter Berücksichtigung der summarischen Betrachtung wurde eine städtebaulich verträgliche Verkaufsfläche für das Sortiment Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten von 650 m<sup>2</sup> aufgezeigt. Diese ist auf die Vorhabenstandorte aufzuteilen.
  - d Unter Berücksichtigung der summarischen Betrachtung wurde eine städtebaulich verträgliche Verkaufsfläche für das Sortiment Elektrische Haushalts-Großgeräte von 400 m<sup>2</sup> aufgezeigt. Diese ist auf die Vorhabenstandorte aufzuteilen.
- 

\*Erläuterung ergänzt

<sup>1</sup> Haus-/Bett-/Tischwäsche; <sup>2</sup> Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware Stoffe; <sup>3</sup> Heimtextilien (u. a. Gardinen und Dekostoffe); <sup>4</sup> Blumen, Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Blumen, Topfpflanzen und Blumentöpfe (in Verkaufsräumen); <sup>5</sup> aus dieser Unterklasse: Bedarfsartikel für den Garten, Möbel und Grillgeräte für den Garten; <sup>6</sup> ausgenommen Teppiche

Quelle: Darstellung Junker + Kruse

# Verzeichnisse

## Karten

Karte 1:	Lage der Vorhabenstandorte .....	18
Karte 2:	Übersicht der Untersuchungsräume A, B und C .....	27
Karte 3:	Abgrenzung des Untersuchungsraums A .....	28
Karte 4:	Abgrenzung des Untersuchungsraums B .....	30
Karte 5:	Abgrenzung des Untersuchungsraums C .....	32
Karte 6:	Lage der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum .....	45
Karte 7:	Hauptzentrum Pankow gemäß bezirklichem Einzelhandels- und Zentrenkonzept Pankow, 2016 .....	135
Karte 8:	Flächennutzungsplan Berlin (Auszug) .....	137

## Tabellen

Tabelle 1:	Sortimentskonzept Vorhaben .....	19
Tabelle 2:	Flächenproduktivitäten und prognostizierte Umsätze der Vorhaben – realitätsnaher Worst Case .....	23
Tabelle 3:	Summarische Betrachtung der Flächenproduktivitäten und prognostizierte Umsätze der Vorhaben – realitätsnaher Worst Case .....	24
Tabelle 4:	Kennwerte zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Untersuchungsraum A – Nahversorgungsrelevante Sortimente (Einzelhandelskonzentration) .....	36
Tabelle 5:	Kennwerte zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Untersuchungsraum B - Zentrenrelevante Sortimente (Einzelhandelskonzentration) .....	38
Tabelle 6:	Kennwerte zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Untersuchungsraum C – Nicht zentrenrelevante (Kern-)Sortimente und zentrenrelevante (Rand-)Sortimente (Fachmarkttagglomeration Möbel) .....	39
Tabelle 7:	Verkaufsflächen und Umsätze im Untersuchungsraum A – Nahversorgungsrelevante Sortimente .....	41
Tabelle 8:	Verkaufsflächen in untersuchungsrelevanten Berliner Bezirken und Brandenburger Gemeinden im Untersuchungsraum B – Zentrenrelevante Sortimente .....	43
Tabelle 9:	Geschätzte Umsätze in untersuchungsrelevanten Berliner Bezirken und Brandenburger Gemeinden im Untersuchungsraum B – Zentrenrelevante Sortimente .....	44
Tabelle 10:	Verkaufsflächen in untersuchungsrelevanten Berliner Bezirken und Brandenburger Gemeinden im Untersuchungsraum C nach Warengruppen/Sortimenten – Fachmarkttagglomeration Möbel .....	48

Tabelle 11:	Geschätzte Umsätze in untersuchungsrelevanten Berliner Bezirken und Brandenburger Gemeinden im Untersuchungsraum C nach Warengruppen/Sortimenten – Fachmarkttagglomeration Möbel .....	49
Tabelle 12:	Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz nach Warengruppen .....	53
Tabelle 13:	Prognostizierte Umsatzumverteilungen nahversorgungsrelevanter Warengruppen – Einzelhandelskonzentration (SO 1) .....	56
Tabelle 14:	Prognostizierte Umsatzumverteilungen zentrenrelevanter Warengruppen – Einzelhandelskonzentration (SO 1) .....	61
Tabelle 15:	Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen – Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2; nicht zentrenrelevantes Kernsortiment Möbel und zentrenrelevante Randsortimente).....	64
Tabelle 16:	Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen – summarische Betrachtung .....	66
Tabelle 17:	Veränderung der einzelhandelsrelevanten Zentralität im Sortiment Möbel durch die Realisierung der Vorhaben (summarische Betrachtung) .....	124
Tabelle 18:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächenreduzierungen (in m <sup>2</sup> ) .....	127
Tabelle 19:	Liste der zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente gemäß LEP HR.....	131
Tabelle 20:	Gegenüberstellung von Umsatz und Kaufkraft nach Warengruppen auf Basis der empfohlenen Reduzierungen .....	132
Tabelle 21:	Städtebaulich verträgliche Verkaufsflächen (in m <sup>2</sup> ) .....	150
Tabelle 22:	Verkaufsflächenobergrenzen Einzelhandelskonzentration SO 1 .....	154
Tabelle 23:	Verkaufsflächenobergrenzen Fachmarkttagglomeration Möbel SO 2.....	157
Tabelle 24:	Verkaufsflächen an den relevanten Angebotsstandorten im Untersuchungsraum A nach Warengruppen .....	166
Tabelle 22:	Geschätzte Umsätze an den relevanten Angebotsstandorten im Untersuchungsraum A nach Warengruppen .....	167
Tabelle 26:	Verkaufsflächen an den relevanten Angebotsstandorten in den Untersuchungsräumen B und C nach Warengruppen/Sortimenten....	168
Tabelle 27:	Geschätzte Umsätze an den relevanten Angebotsstandorten in den Untersuchungsräumen B und C nach Warengruppen/Sortimenten .....	171
Tabelle 25:	Prognostizierte Umsatzumverteilungen nahversorgungsrelevanter Warengruppen – Einzelhandelskonzentration (SO 1), Modifizierung .....	174
Tabelle 26:	Prognostizierte Umsatzumverteilungen zentrenrelevanter Warengruppen – Einzelhandelskonzentration (SO 1), Modifizierung .....	176
Tabelle 27:	Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen – Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2; nicht zentrenrelevantes Kernsortiment Möbel und zentrenrelevante Randsortimente), Modifizierung .....	179
Tabelle 31:	Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen – summarische Betrachtung, Modifizierung .....	181

# Abkürzungen

BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
B-Plan	Bebauungsplan
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
d. h.	das heißt
EH	Einzelhandel
EW	Einwohner
FMA	Fachmarkttagglomeration
FNP	Flächennutzungsplan
GPK	Glas/Porzellan/Keramik
gem.	gemäß
grds.	grundsätzlich
ha	Hektar
i. d. R.	in der Regel
i. S. v.	im Sinne von
inkl.	inklusive
Kfz	Kraftfahrzeug
km	Kilometer
km <sup>2</sup>	Quadratkilometer
m <sup>2</sup>	Quadratmeter
Mio.	Million
NVZ	Nahversorgungszentrum
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
OTZ	Ortsteilzentrum
OVG NRW	Oberverwaltungsgericht Nordrhein-Westfalen
PBS	Papier/Bücher/Schreibwaren
Pkt.	Punkt
rd.	rund
s. o.	siehe oben
SO	Gebietsausweisung gem. BauNVO, Sondergebiet
STZ	Stadtteilzentrum
u. a.	unter anderem
u. Ä.	und Ähnliches
vgl.	vergleiche
VKF	Verkaufsfläche
v. a.	vor allem
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

# Anhang

## Anhang 1: Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung

Bereits in einer Vielzahl von gutachterlichen Stellungnahmen und gerichtlichen Urteilen zu großflächigen Einzelhandelsansiedlungsvorhaben basierte die Einordnung und Bewertung des zumutbaren Kaufkraftabzuges auf der sogenannten „10 %-Marke“<sup>47</sup>. Dabei wird vermutet, dass eine von Einzelhandelsgroßvorhaben in den benachbarten Gemeinden bzw. Standorten erzeugte Umsatzumverteilung von nicht mehr als 10 % zu Lasten des zentrenorientierten Einzelhandels keine negativen städtebaulichen Auswirkungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO erwirkt. Folglich sind die Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches lediglich absatzwirtschaftlicher, nicht jedoch städtebaulicher Art.

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

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

Der Grenzwert von 10 % basiert auf einer im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten Langzeitstudie<sup>48</sup>: Innerhalb der Jahre 1992 bis 1996 sind acht unterschiedliche Einzelhandelsprojekte vom Supermarkt mit 900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit ca. 21.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf ihre raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen untersucht worden. Aus den gesammelten Ergebnissen wurde eine Querschnittsauswertung vorgenommen, als deren Resultat ein „Wirkungsgefüge bei der Ansiedlung eines dezentralen Einzelhandelsbetriebes“ und eine Übersicht zu „Grenzwerten der Umsatzumverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben in der jeweiligen Standortgemeinde“ erstellt wurde<sup>49</sup>.

Für innenstadtrelevante Sortimente leiten sich demnach erhebliche städtebauliche Folgen zwischen 10 % und 20 % Umsatzumverteilung ab. Interessanterweise wurde hierzu angemerkt,

---

<sup>47</sup> vgl. z. B.: Schmitz, Holger/Federwisch, Christof (2005): Einzelhandel und Planungsrecht. Berlin, Rz. 361- 365, auch mit Nachweisen der Rechtsprechung; Schmitz, Holger (1999): Factory Outlet Center in der Rechtsprechung – Der Kaufkraftabzug als Maßstab für eine interkommunal rücksichtsvolle Einzelhandelsansiedlung? In: BauR 10/99, S. 1100-1113; OVG Münster (zu CentrO Oberhausen), OVG NRW, Urteil vom 06.06.2005 - 10 D 145/04. NE, Urteilsabdruck S. 57 ff

<sup>48</sup> vgl. GMA (1997): Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg. Ludwigsburg, S. 41

<sup>49</sup> vgl. GMA (1997): A.a.O., Ludwigsburg, S. 34 und 36

dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfungen zu verifizieren sind, also nicht ohne weiteres pauschal zu übertragen sind.

Fachwissenschaftlich ist die „10 %-Marke“ oder auch Erheblichkeitsgrenze, ab der erhebliche städtebauliche Auswirkungen wahrscheinlich werden, somit nicht pauschal anwendbar. Vielmehr ist für die von Einzelhandelsgroßvorhaben potenziell ausgehenden Implikationen nach den „Worst-Case-Fällen“ zu urteilen, so dass auch bei **Nicht-Erreichen von 10 % Umsatzumverteilung** zu Lasten einer Innenstadt/eines Stadtkerns negative städtebauliche Auswirkungen erfolgen können.<sup>50</sup>

Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass auch **Umsatzumverteilungen von über 10 %** – wenn aus den wettbewerblichen Auswirkungen im entsprechenden Einzelfall (zentraler Versorgungsbereich) keine gravierenden Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen resultieren – städtebaulich verträglich sein können. In der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage des „Umschlagens“ von Umsatzumverteilungen (wettbewerbliche Auswirkungen) in städtebaulich negative (strukturelle) Auswirkungen mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Die Bandbreite der Werte reicht von 10 %<sup>51</sup>, über 10 % bis 20 %<sup>52</sup> bis hin zu etwa 30 %<sup>53</sup>.

Auch vor dem Hintergrund der seit mehr als einem Jahrzehnt andauernden wirtschaftlich angespannten Lage im Einzelhandel ist die 10 %-Schwelle kritisch zu sehen. So können angesichts der nur geringen Gewinnmargen in vielen Warengruppen auch schon deutlich geringere Umsatzumverteilungen gravierende Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen besitzen.<sup>54</sup>

Somit ist die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Vorhaben immer auch aus den individuellen, lokalen Gegebenheiten betroffener zentraler Versorgungsbereiche und der wirtschaftlichen Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter abzuleiten. Diese müssen ebenfalls Gegenstand der gutachterlichen Untersuchung sein. Diese Pflicht geht nicht zuletzt auf die – vom Bundesverwaltungsgericht in ihrem Inhalt bestätigten – CentrO-Urteile des OVG Münster<sup>55</sup> zurück. Nach den CentrO-Urteilen ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass

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

<sup>50</sup> vgl. OVG Mecklenburg-Vorpommern 3k 09/04, 03.02.2006

<sup>51</sup> vgl. OVG Potsdam, NVwZ 1999, 434; OVG Münster, BRS 59 Nr. 70; OVG Koblenz, NVwZ-RR 2001, 638 = BRS 64 Nr. 33

<sup>52</sup> vgl. OVG Koblenz v. 08.01.1999 – 8 B 12650/98 -, NVwZ, 1999, 435, 438; VGH München, BayVBl 2001, 175 = BRS 63 Nr. 62.

<sup>53</sup> vgl. OVG Weimar, Urteil vom 20.12.2004 – 1 N 1096/03, Juris m. w. Nachw.

<sup>54</sup> vgl. z. B. Acocella, D.; Fürst, U.C. (2002): 10 Prozent Umsatzumverteilung. In: BAG Handelsmagazin, 05-06/2002, S. 29ff

<sup>55</sup> vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „CentrO-Urteil“

Der gewichtige Schwellenwert ist als wesentlicher Indikator, anhand dessen die Intensität der Belastung der Nachbarkommunen ermittelt werden kann, somit nicht identisch mit der Zumutbarkeitsschwelle. Das Erreichen des gewichtigen Schwellenwertes ist Anlass, den Kaufkraftabfluss in die Abwägung bei der Planung als Belang einzustellen und zu bewerten, denn „Überschritten ist die städtebauliche Relevanzschwelle erst dann, wenn ein Umschlag von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen stattzufinden droht“.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> ebenda

## Anhang 2: Detaillierte Eckdaten zu relevanten Angebotsstandorten und Umsatzumverteilungen (modifiziertes Vorhaben, Hauptuntersuchung)

**Tabelle 24: Verkaufsf Flächen an den relevanten Angebotsstandorten im Untersuchungsraum A nach Warengruppen**

Standort	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften
	<i>in m<sup>2</sup> (gerundete Werte)</i>		
<b>Berlin Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>			
HZ Pankow	8.300	3.250	1.150
STZ Berliner Allee	4.400	1.150	600
STZ Greifswalder Straße Nord	5.600	1.650	400
STZ Schönhauser Allee	9.600	3.200	1.700
STZ Buch	4.100	1.750	300
OTZ Französisch Buchholz	3.750	700	<100
OTZ Karow	2.400	350	100
OTZ Prenzlauer Allee	4.050	750	300
NVZ Greifswalder Straße Süd	2.800	550	250
NVZ Heinersdorf	7.400	800	250
NVZ Neumannstraße	2.400	850	350
NVZ Niederschönhausen	4.050	750	150
NVZ Senefelderplatz	3.650	1.450	<100
NVZ Weißenseer Spitze	3.850	700	<100
NVZ Wilhelmsruh	1.250	100	200
<b>Berlin Pankow städtebaulich integrierte Lagen</b>			
Buch	2.500	100	<100
Nördl. Prenzlauer Berg	17.150	2.100	100
Nördl. Pankow	8.850	700	<100
Nördl. Weißensee	5.550	1.100	<100
Südl. Prenzlauer Berg	5.100	250	550
Südl. Pankow	16.800	1.150	<100
Südl. Weißensee	7.850	650	<100
<b>Berlin Pankow – Fachmarkttagglomeration</b>			
FMA Eldenaer Straße	5.800	550	100
<b>Berlin Pankow sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen</b>			
Nördl. Prenzlauer Berg	5.600	650	150
Nördl. Pankow	1.050	<100	<100
Nördl. Weißensee	3.500	300	200
Südl. Weißensee	3.300	200	200
Südl. Pankow	5.600	650	150
<b>Berlin Mitte – zentrale Versorgungsbereiche</b>			
STZ Badstraße	11.250	3.350	1.200

HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum, FMA = Fachmarkttagglomeration; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren

Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse 2025; eigene Berechnungen

**Tabelle 25: Geschätzte Umsätze an den relevanten Angebotsstandorten im Untersuchungsraum A nach Warengruppen**

Standort	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften
	<i>in Mio. Euro<sup>2</sup> (gerundete Werte)</i>		
<b>Berlin Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>			
HZ Pankow	67,8	33,0	6,5
STZ Berliner Allee	28,6	9,2	2,5
STZ Greifswalder Straße Nord	41,4	15,4	1,7
STZ Schönhauser Allee	56,8	28,3	8,8
STZ Buch	33,0	15,6	1,7
OTZ Französisch Buchholz	24,6	6,6	0,4
OTZ Karow	17,7	3,2	0,7
OTZ Prenzlauer Allee	34,5	8,2	1,4
NVZ Greifswalder Straße Süd	18,8	4,2	1,3
NVZ Heinersdorf	74,0	11,1	1,5
NVZ Neumannstraße	18,5	7,8	0,9
NVZ Niederschönhausen	30,5	7,0	0,7
NVZ Senefelderplatz	22,6	13,7	0,2
NVZ Weißenseer Spitze	26,9	7,5	<0,1
NVZ Wilhelmsruh	7,9	1,0	1,0
<b>Berlin Pankow städtebaulich integrierte Lagen</b>			
Buch	16,3	1,0	0,1
Nördl. Prenzlauer Berg	123,7	20,4	1,0
Nördl. Pankow	74,1	7,8	0,5
Nördl. Weißensee	49,9	13,0	0,5
Südl. Prenzlauer Berg	30,3	2,2	2,4
Südl. Pankow	112,2	10,7	0,4
Südl. Weißensee	56,5	6,8	0,4
<b>Berlin Pankow – Fachmarkttagglomeration</b>			
FMA Eldenaer Straße	41,6	4,3	0,7
<b>Berlin Pankow sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen</b>			
Nördl. Prenzlauer Berg	42,5	6,9	1,0
Nördl. Pankow	8,0	0,5	-
Nördl. Weißensee	25,5	3,1	1,0
Südl. Weißensee	22,9	2,5	0,5
Südl. Pankow	42,5	6,9	1,0
<b>Berlin Mitte – zentrale Versorgungsbereiche</b>			
STZ Badstraße	76,0	31,1	5,8

HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum, FMA = Fachmarkttagglomeration; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren

Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse 2025; eigene Berechnungen

Tabelle 26: Verkaufsflächen an den relevanten Angebotsstandorten in den Untersuchungsräumen B und C nach Warengruppen/Sortimenten

Untersuchungsraum	Standort	Warengruppe/Sortiment																			
		Zoo-/Heimtierbedarf	Blumen/Topfpflanzen (Indoor)	Bekleidung	Schuhe/ Lederwaren	Haushaltswaren, GPK	Spielwaren, Musikinstrumente /Musikalien	Fahrräder und Zubehör	Sport- und Campingartikel	Bettwaren, HBT, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten	Elektrische Haushalts-Großgeräte	Augenoptik	Foto, Optik	Neue Medien, Unterhaltungselektronik	Uhren/Schmuck	Teppiche	Möbel		
<i>in m<sup>2</sup> (gerundete Werte)</i>																					
<b>Berlin Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>																					
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	HZ Pankow	200	300	3.850	1.250	1.100	250	250	250	300	200	700	400	200	-	1.300	200	<100	700	
		STZ Berliner Allee	100	200	1.600	300	650	150	<100	-	300	750	-	150	450	-	200	<100	-	350	
		STZ Greifswalder Straße Nord	400	400	1.200	850	800	150	<100	<100	350	500	1.050	600	<100	<100	2.300	<100	<100	250	
		STZ Schönhauser Allee	100	400	7.300	550	850	650	300	600	350	900	350	300	350	<100	1.250	300	-	1.050	
		STZ Buch	150	100	1.050	450	250	300	-	-	650	600	<100	-	150	<100	<100	-	<100	450	
		OTZ Französisch Buchholz	450	350	400	-	<100	<100	-	-	-	<100	-	-	-	-	<100	-	-	-	
		OTZ Karow	<100	100	300	-	<100	-	<100	-	-	-	-	-	<100	-	-	<100	-	-	
		OTZ Prenzlauer Allee	<100	300	450	200	<100	200	300	<100	<100	200	<100	-	150	<100	200	300	-	300	
		NVZ Greifswalder Straße Süd	<100	100	400	<100	200	-	<100	<100	200	<100	100	150	<100	-	<100	100	-	<100	
		NVZ Heinersdorf	750	<100	500	1.600	300	<100	<100	<100	150	200	<100	-	<100	-	300	<100	-	-	
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	NVZ Neumannstraße	<100	<100	550	<100	400	150	<100	-	<100	450	<100	<100	-	<100	<100	-	1.850		
		NVZ Niederschönhausen	<100	100	200	<100	250	<100	<100	-	<100	150	<100	-	<100	-	150	<100	-	<100	
		NVZ Senefelderplatz	-	<100	200	150	<100	-	<100	-	<100	<100	-	-	<100	-	<100	-	<100	-	
		NVZ Weißenseer Spitze	400	<100	100	<100	<100	<100	<100	-	150	<100	<100	-	<100	-	<100	<100	-	150	
		NVZ Wilhelmsruh	<100	<100	<100	-	<100	-	<100	-	<100	<100	-	-	<100	-	-	<100	-	-	
<b>Berlin Pankow – sonstige städtebaulich integrierte Lagen</b>																					
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Buch	500	-	<100	-	<100	<100	-	-	<100	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Nördl. Prenzlauer Berg	200	<100	200	-	100	<100	-	300	<100	<100	<100	-	-	-	<100	-	-	400	
		Nördl. Pankow	100	-	<100	-	150	<100	-	<100	350	<100	<100	-	-	-	<100	-	<100	800	
		Nördl. Weißensee	<100	-	<100	-	<100	-	-	<100	-	-	<100	-	-	-	<100	-	-	450	
		Südl. Prenzlauer Berg	<100	<100	<100	-	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Südl. Pankow	850	<100	300	<100	150	<100	-	-	600	100	<100	-	-	-	-	-	<100	600	
		Südl. Weißensee	200	<100	500	-	<100	<100	-	<100	<100	<100	<100	-	-	-	<100	-	-	<100	
<b>Berlin Pankow – Fachmarkttagglomeration</b>																					
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	FMA Eldenaer Straße	1.350	<100	350	600	600	<100	6.750	1.000	850	150	600	100	<100	-	<100	-	350	4.300	
		<b>Berlin Pankow – sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen</b>																			
		Nördl. Prenzlauer Berg	600	-	<100	<100	200	<100	<100	-	<100	-	<100	-	-	-	<100	-	-	750	
		Nördl. Pankow	<100	-	-	-	<100	-	-	-	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Nördl. Weißensee	<100	<100	450	<100	850	150	2.100	450	350	700	<100	-	<100	-	-	-	<100	850	
		Südl. Weißensee	450	-	450	<100	150	<100	-	<100	350	200	<100	-	-	-	<100	<100	-	400	
		<b>Berlin Mitte – zentraler Versorgungsbereich</b>																			
STZ Badstraße	200	100	9.750	1.350	1.350	450	500	1.250	750	1.150	700	500	400	<100	2.700	500	100	500			

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Untersuchungsraum	Standort	Warengruppe/Sortiment																		
		Zoo-/Heimtierbedarf	Blumen/Topfpflanzen (Indoor)	Bekleidung	Schuhe/Lederwaren	Haushaltswaren, GPK	Spielwaren, Musikinstrumente /Musikalien	Fahrräder und Zubehör	Sport- und Campingartikel	Bettwaren, HBT, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten	Elektrische Haushalts-Großgeräte	Augenoptik	Foto, Optik	Neue Medien, Unterhaltungselektronik	Uhren/Schmuck	Teppiche	Möbel	
<i>in m<sup>2</sup> (gerundete Werte)</i>																				
<b>Umland – zentrale Versorgungsbereiche</b>																				
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Bernau bei Berlin – Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum)	-	250	1.000	150	100	<100	200	-	<100	<100	<100	-	<100	-	150	<100	-	<100
		Bernau bei Berlin – Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum)	450	<100	3.550	1.400	800	100	-	450	500	<100	350	300	<100	-	950	<100	<100	350
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Bernau bei Berlin – NVZ Forum Bernau (C-Zentrum)	<100	<100	-	-	200	<100	<100	<100	<100	<100	-	-	-	<100	-	-	-	
		Bernau bei Berlin – NVZ Schönow (C-Zentrum)	<100	<100	250	<100	200	<100	-	<100	<100	<100	<100	-	-	-	<100	<100	-	-
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Bernau bei Berlin – NVZ Schwanebecker Chaussee (C-Zentrum)	350	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Glienicke/Nordbahn – Ortszentrum	-	<100	400	-	<100	-	<100	-	200	-	-	-	<100	-	<100	-	-	-
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Mühlenbeck	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Schildow	-	-	-	-	-	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Panketal – Ortskern	-	<100	550	<100	<100	<100	-	-	<100	<100	-	-	<100	-	-	-	-	
		Wandlitz – HZ Wandlitzsee	-	<100	150	-	<100	-	<100	450	-	<100	-	-	<100	-	<100	<100	-	-
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Wandlitz – NVZ Basdorf, Am Markt	<100	<100	<100	<100	200	<100	<100	<100	100	<100	-	-	-	<100	-	-	-	
		Wandlitz – NVZ Basdorf, Fontanestraße	150	-	150	-	-	-	-	-	-	-	-	<100	-	-	-	-	-	
<b>Umland – sonstige städtebaulich integrierte Streulagen</b>																				
Untersuchungsraum C		Bernau bei Berlin	<100	-	950	<100	600	100	<100	<100	100	150	<100	<100	-	-	<100	<100	-	350
<b>Umland – städtebaulich nicht integrierte Streulagen</b>																				
Untersuchungsraum C		Bernau bei Berlin	<100	-	450	<100	800	<100	<100	<100	600	150	150	-	-	-	<100	-	150	8.950

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Untersuchungsraum	Standort	Warengruppe/Sortiment																			
		Zoo-/Heimtierbedarf	Blumen/Topfpflanzen (Indoor)	Bekleidung	Schuhe/Lederwaren	Haushaltswaren, GPK	Spielwaren, Musikinstrumente /Musikalien	Fahrräder und Zubehör	Sport- und Campingartikel	Bettwaren, HBT, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten	Elektrische Haushalts-Großgeräte	Augenoptik	Foto, Optik	Neue Medien, Unterhaltungselektronik	Uhren/Schmuck	Teppiche	Möbel		
<i>in m<sup>2</sup> (gerundete Werte)</i>																					
<b>Berliner Bezirke – zentrale Versorgungsbereiche</b>																					
Untersuchungsraum C	Friedrichshain-Kreuzberg - HZ Frankfurter Allee	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	800			
	Friedrichshain-Kreuzberg - HZ Karl-Marx-Straße/Herrmannplatz/Kottbusser Damm			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	700		
	Friedrichshain-Kreuzberg - STZ Kottbusser Tor			-	-	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	550	
	Lichtenberg - NVZ Hohenschönhauser Tor			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.400	
	Mitte - ZBK Alexanderplatz			-	-	350	<100	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	<100	250
	Mitte - ZBK Friedrichstraße			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.050
	Mitte - NVZ Chausseestraße			<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	400
	Reinickendorf - NVZ S-Bahnhof Wittenau			<100	-	-	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200
	<b>Berliner Bezirke – sonstige städtebaulich integrierte Streulagen</b>																				
Untersuchungsraum C	Friedrichshain-Kreuzberg	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	350	750	200	300	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	350	4.700		
	Lichtenberg			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.700	
	Mitte			350	950	300	250	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	300	7.400	
	Reinickendorf			-	-	-	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	450
<b>Berliner Bezirke – Fachmarkttagglomerationen</b>																					
Untersuchungsraum C	Lichtenberg - FMA Landsberger Allee	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.250		
	Marzahn-Hellersdorf - FMA Märkische Spitze			700	1.400	500	550	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500	11.250		
	Mitte - FMA Genthiner Straße			-	-	-	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	350	
	Mitte - FMA Pankstraße			350	400	<100	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	<100	5.050	
<b>Berliner Bezirke – sonstige städtebaulich nicht integrierte Streulagen</b>																					
Untersuchungsraum C	Lichtenberg	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	2.550	3.550	3.900	2.000	300	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.350	51.300		
	Marzahn-Hellersdorf			1.850	3.550	1.350	1.800	200	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.350	33.950	
	Mitte			-	850	100	300	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500	13.400	
	Reinickendorf			2.000	2.950	700	1.800	450	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.600	30.450	

HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum, FMA = Fachmarkttagglomeration; GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse 2025; eigene Berechnungen

Tabelle 27: Geschätzte Umsätze an den relevanten Angebotsstandorten in den Untersuchungsräumen B und C nach Warengruppen/Sortimenten

Untersuchungsraum	Standort	Warengruppe/Sortiment																			
		Zoo-/Heimtierbedarf	Blumen/Topfpflanzen (Indoor)	Bekleidung	Schuhe/ Lederwaren	Haushaltswaren, GPK	Spielwaren, Musikinstrumente /Musikalien	Fahrräder und Zubehör	Sport- und Campingartikel	Bettwaren, HBT, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten	Elektrische Haushalts-Großgeräte	Augenoptik	Foto, Optik	Neue Medien, Unterhaltungselektronik	Uhren/Schmuck	Teppiche	Möbel		
<i>in Mio. Euro (gerundete Werte)</i>																					
<b>Berlin Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>																					
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	HZ Pankow	0,7	0,9	13,7	4,6	3,3	1,2	1,7	0,7	0,6	0,4	3,5	2,2	1,4	-	9,3	2,5	<0,1	1,0	
		STZ Berliner Allee	0,2	0,5	4,0	0,8	1,1	0,3	0,2	-	0,4	0,6	<0,1	1,0	3,4	-	1,3	0,5	-	0,8	
		STZ Greifswalder Straße Nord	0,8	0,7	2,4	3,0	2,1	0,5	0,6	0,1	0,5	0,7	7,0	5,1	0,3	0,5	25,2	0,4	<0,1	0,3	
		STZ Schönhauser Allee	0,3	1,1	24,4	2,0	2,2	2,5	1,8	1,9	0,6	1,7	1,9	1,7	2,6	<0,1	8,3	3,5	-	1,9	
		STZ Buch	0,6	0,4	2,6	1,7	0,8	1,2	-	-	1,8	2,4	0,2	-	1,4	<0,1	0,7	-	<0,1	1,0	
		OTZ Französisch Buchholz	0,8	1,2	0,6	-	0,2	0,3	-	-	-	<0,1	-	-	-	-	<0,1	-	-	-	
		OTZ Karow	<0,1	0,3	1,1	-	<0,1	-	0,3	-	-	-	-	-	0,3	-	-	0,5	-	-	
		OTZ Prenzlauer Allee	0,2	0,8	1,7	0,7	0,2	0,9	2,1	0,3	<0,1	0,3	0,3	-	1,1	<0,1	1,4	3,1	-	0,7	
		NVZ Greifswalder Straße Süd	0,1	0,3	1,5	0,1	0,6	-	0,2	0,2	0,4	0,1	0,4	0,6	0,6	-	0,5	1,1	-	0,1	
		NVZ Heinersdorf	1,4	0,2	1,4	6,7	1,3	0,7	0,2	0,1	0,5	0,2	0,5	-	0,3	-	3,1	<0,1	-	-	
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	NVZ Neumannstraße	0,1	0,1	1,1	<0,1	0,7	0,5	-	0,1	0,1	<0,1	-	0,3	-	<0,1	0,5	-	2,7		
		NVZ Niederschönhausen	0,2	0,4	0,7	0,1	0,5	<0,1	0,5	-	0,2	0,3	<0,1	-	0,3	-	1,3	0,5	-	<0,1	
		NVZ Senefelderplatz	-	0,2	0,7	0,6	<0,1	-	0,2	-	<0,1	<0,1	-	-	0,3	-	0,4	-	<0,1	-	
		NVZ Weißenseer Spitze	0,7	<0,1	0,4	<0,1	0,2	0,1	0,4	-	0,3	<0,1	0,1	-	0,3	-	0,2	0,4	-	0,3	
		NVZ Wilhelmsruh	<0,1	0,2	0,1	-	<0,1	-	0,2	-	<0,1	<0,1	-	-	0,3	-	-	0,5	-	-	
<b>Berlin Pankow – sonstige städtebaulich integrierte Lagen</b>																					
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Buch	0,8	-	<0,1	-	<0,1	<0,1	-	-	<0,1	<0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Nördl. Prenzlauer Berg	0,6	<0,1	1,0	-	0,5	<0,1	-	0,8	<0,1	<0,1	0,2	-	-	-	0,3	-	-	0,5	
		Nördl. Pankow	0,4	-	0,4	-	0,6	0,1	-	0,1	0,8	0,1	0,1	-	-	-	0,2	-	<0,1	1,2	
		Nördl. Weißensee	0,3	-	0,3	-	0,3	-	-	0,2	-	-	<0,1	-	-	-	0,2	-	-	0,6	
		Südl. Prenzlauer Berg	<0,1	<0,1	<0,1	-	<0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Südl. Pankow	1,4	<0,1	0,8	<0,1	0,4	0,1	-	-	1,3	0,2	0,2	-	-	-	-	-	<0,1	1,0	
		Südl. Weißensee	0,6	<0,1	0,9	-	0,2	<0,1	-	<0,1	<0,1	<0,1	0,2	-	-	-	0,2	-	-	<0,1	
<b>Berlin Pankow – Fachmarkttagglomeration</b>																					
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	FMA Eldenaer Straße	2,0	<0,1	0,9	1,9	2,2	0,4	34,1	2,6	2,1	0,4	2,5	0,9	0,5	0,2	-	-	0,9	9,3	
		<b>Berlin Pankow – sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen</b>																			
		Nördl. Prenzlauer Berg	1,1	-	0,3	<0,1	0,7	0,2	0,2	-	<0,1	-	<0,1	-	0,1	-	-	-	-	-	1,0
		Nördl. Pankow	<0,1	-	-	-	<0,1	-	-	-	<0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		Nördl. Weißensee	0,2	<0,1	0,7	<0,1	2,4	0,6	12,5	1,4	0,9	1,4	0,1	-	-	<0,1	-	-	<0,1	2,5	
		Südl. Weißensee	0,7	-	0,7	<0,1	0,5	<0,1	-	<0,1	0,8	0,1	<0,1	-	0,2	-	-	<0,1	-	0,6	
		<b>Berlin Mitte – zentraler Versorgungsbereich</b>																			
	STZ Badstraße	0,6	0,3	28,3	4,4	3,2	1,6	2,9	3,0	1,4	1,6	5,9	4,1	25,2	2,6	0,6	4,4	0,2	0,8		

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Untersuchungsraum	Standort	Warengruppe/Sortiment																		
		Zoo-/Heimtierbedarf	Blumen/Topfpflanzen (Indoor)	Bekleidung	Schuhe/Lederwaren	Haushaltswaren, GPK	Spielwaren, Musikinstrumente /Musikalien	Fahrräder und Zubehör	Sport- und Campingartikel	Bettwaren, HBT, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten	Elektrische Haushalts-Großgeräte	Augenoptik	Foto, Optik	Neue Medien, Unterhaltungselektronik	Uhren/Schmuck	Teppiche	Möbel	
<i>in Mio. Euro (gerundete Werte)</i>																				
<b>Umland – zentrale Versorgungsbereiche</b>																				
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Bernau bei Berlin – Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum)	-	0,7	3,0	0,6	0,2	0,2	1,3	-	0,1	0,2	0,3	-	1,0	0,7	-	1,2	-	0,1
		Bernau bei Berlin – Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum)	1,0	0,1	11,0	5,0	1,8	0,4	-	1,4	1,2	<0,1	2,0	1,6	7,0	0,7	-	0,7	<0,1	0,7
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Bernau bei Berlin – NVZ Forum Bernau (C-Zentrum)	<0,1	0,1	<0,1	<0,1	0,1	0,1	-	-	<0,1	<0,1	<0,1	-	0,3	-	-	<0,1	-	-
		Bernau bei Berlin – NVZ Schönow (C-Zentrum)	<0,1	0,1	0,6	<0,1	0,2	0,1	-	-	<0,1	<0,1	<0,1	-	<0,1	-	-	<0,1	-	-
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Bernau bei Berlin – NVZ Schwanebecker Chaussee (C-Zentrum)	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		Glienicke/Nordbahn – Ortszentrum	-	0,3	1,0	-	<0,1	-	0,3	-	0,3	-	-	-	-	0,3	0,4	-	-	-
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Mühlenbeck	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Schildow	-	-	-	-	-	-	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Panketal – Ortskern	-	0,1	0,8	<0,1	<0,1	0,2	-	-	<0,1	<0,1	-	-	-	0,3	-	-	-	-
		Wandlitz – HZ Wandlitzsee	-	0,1	0,5	-	0,1	-	0,3	1,5	-	<0,1	-	-	0,3	0,3	-	0,2	-	-
Untersuchungsraum C	Untersuchungsraum B	Wandlitz – NVZ Basdorf, Am Markt	<0,1	0,1	0,3	<0,1	0,5	0,2	<0,1	<0,1	<0,1	0,2	<0,1	-	0,4	-	-	-	-	-
		Wandlitz – NVZ Basdorf, Fontanestraße	0,3	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	-	-	-	-
<b>Umland – sonstige städtebaulich integrierte Streulagen</b>																				
Untersuchungsraum C		Bernau bei Berlin	0,1	-	1,2	<0,1	1,2	0,3	<0,1	<0,1	<0,1	0,3	0,2	0,2	<0,1	-	-	<0,1	-	0,9
<b>Umland – sonstige städtebaulich nicht-integrierte Streulagen</b>																				
Untersuchungsraum C		Bernau bei Berlin	<0,1	-	0,8	<0,1	1,6	0,2	<0,1	<0,1	1,1	0,3	0,6	-	0,1	-	-	-	0,3	13,3

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Untersuchungsraum	Standort	Warengruppe/Sortiment																			
		Zoo-/Heimtierbedarf	Blumen/Topfpflanzen (Indoor)	Bekleidung	Schuhe/Lederwaren	Haushaltswaren, GPK	Spielwaren, Musikinstrumente /Musikalien	Fahrräder und Zubehör	Sport- und Campingartikel	Bettwaren, HBT, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	Elektrische Haushalts-Kleingeräte, Leuchten	Elektrische Haushalts-Großgeräte	Augenoptik	Foto, Optik	Neue Medien, Unterhaltungselektronik	Uhren/Schmuck	Teppiche	Möbel		
in Mio. Euro (gerundete Werte)																					
<b>Berliner Bezirke – zentrale Versorgungsbereiche</b>																					
Untersuchungsraum C	Friedrichshain-Kreuzberg - HZ Frankfurter Allee	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,7			
	Friedrichshain-Kreuzberg - HZ Karl-Marx-Straße/Herrmannplatz/Kottbusser Damm			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,0	
	Friedrichshain-Kreuzberg - STZ Kottbusser Tor			-	-	<0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,7
	Lichtenberg - NVZ Hohenschönhauser Tor			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9
	Mitte - ZBK Alexanderplatz			-	-	0,9	0,2	<0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	<0,1	0,5
	Mitte - ZBK Friedrichstraße			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,5
	Mitte - NVZ Chausseestraße			<0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6
	Reinickendorf - NVZ S-Bahnhof Wittenau			0,2	-	-	<0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3
<b>Berliner Bezirke – städtebaulich integrierte Streulagen</b>																					
Untersuchungsraum C	Friedrichshain-Kreuzberg	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	1,3	1,9	0,6	1,5	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8	9,1		
	Lichtenberg			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7	
	Mitte			1,2	2,2	0,7	1,2	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,7	11,5	
	Reinickendorf			-	-	-	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5
<b>Berliner Bezirke – Fachmarkttagglomerationen</b>																					
Untersuchungsraum C	Lichtenberg - FMA Landsberger Allee	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,0		
	Marzahn-Hellersdorf - FMA Märkische Spitze			1,8	3,2	1,4	2,1	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,0	17,9		
	Mitte - FMA Genthiner Straße			-	-	-	<0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	
	Mitte - FMA Pankstraße			0,6	1,0	<0,1	<0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	<0,1	6,6	
<b>Berliner Bezirke – sonstige städtebaulich nicht integrierte Streulagen</b>																					
Untersuchungsraum C	Lichtenberg	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	<i>nicht untersuchungsrelevant</i>	16,1	14,7	22,6	15,5	2,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,1	161,0		
	Marzahn-Hellersdorf			5,5	7,3	2,9	7,0	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,5	54,7	
	Mitte			-	1,4	0,2	0,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8	18,0
	Reinickendorf			7,8	8,0	2,0	10,1	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,0	64,7

HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum, FMA = Fachmarkttagglomeration  
 Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse 2025; eigene Berechnungen

**Modifizierte Berechnung absatzwirtschaftliche Auswirkungen – Einzelhandelskonzentration (Einzelvorhaben)**
**Tabelle 28: Prognostizierte Umsatzumverteilungen nahversorgungsrelevanter Warengruppen – Einzelhandelskonzentration (SO 1), Modifizierung**

Standort	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren		Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel		PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
<b>Bezirk Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>						
HZ Pankow	2 %	1,1	4 %	1,4	9 %	0,6
STZ Berliner Allee	1 %	0,2	2 %	0,2	5 %	0,1
STZ Greifswalder Str. Nord	1 %	0,2	2 %	0,3	*	*
STZ Schönhauser Allee	1 %	0,5	2 %	0,6	5 %	0,4
OTZ Buch	*	*	1 %	0,2	*	*
OTZ Französisch Buchholz	1 %	0,2	3 %	0,2	*	*
OTZ Karow	1 %	0,1	*	*	*	*
OTZ Prenzlauer Allee	1 %	0,2	2 %	0,1	*	*
NVZ Greifswalder Str. Süd	1 %	0,1	*	*	*	*
NVZ Heinersdorf	1 %	0,5	2 %	0,3	*	*
NVZ Neumannstr.	1 %	0,2	3 %	0,2	*	*
NVZ Niederschönhausen	2 %	0,6	5 %	0,4	*	*
NVZ Senefelder Platz	1 %	0,1	2 %	0,3	*	*
NVZ Weißenseer Spitze	1 %	0,2	2 %	0,2	*	*
NVZ Wilhelmsruh	2 %	0,1	*	*	*	*
<b>Bezirk Pankow – sonstige städtebaulich integrierte Lagen</b>						
Buch	*	*	*	*	*	*
Nördl. Prenzlauer Berg	1 %	0,7	2 %	0,4	*	*
Nördl. Pankow	1 %	1,1	4 %	0,3	*	*
Nördl. Weißensee	1 %	0,3	2 %	0,3	*	*
Südl. Prenzlauer Berg	1 %	0,2	*	*	5 %	0,1
Südl. Pankow	1 %	1,4	4 %	0,4	*	*
Südl. Weißensee	1 %	0,4	2 %	0,1	*	*
<b>Bezirk Pankow – Fachmarkttagglomerationen</b>						
FMA Eldenaer Str.	1 %	0,3	*	*	*	*
<b>Bezirk Pankow – städtebaulich nicht integrierte Lagen</b>						
Nördl. Prenzlauer Berg	1 %	0,3	2 %	0,1	*	*
Nördl. Pankow	1 %	0,1	*	*	*	*
Nördl. Weißensee	1 %	0,2	*	*	*	*
Südl. Weißensee	1 %	0,1	*	*	*	*

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Standort	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren		Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel		PBS, Bücher, Zeitungen/Zeitschriften	
	<i>in %</i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in %</i>	<i>in Mio. Euro</i>	<i>in %</i>	<i>in Mio. Euro</i>
<b>Bezirk Mitte – zentraler Versorgungsbereich</b>						
STZ Badstraße	1 %	0,9	3 %	1,0	7 %	0,4

HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum;

PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht plausibel nachweisbar und hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen nicht relevant

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse auf Basis der o. g. Eingangswerte

**Tabelle 29: Prognostizierte Umsatzumverteilungen zentrenrelevanter Warengruppen – Einzelhandelskonzentration (SO 1), Modifizierung**

Standort	Zoo-/Heimtierbedarf		Bekleidung		Schuhe/Lederwaren		Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik		Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien		Fahrräder und Zubehör		Sport- und Campingartikel		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushaltskleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Neue Medien, Unterhaltungselektronik		Uhren/ Schmuck		
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	
<b>Berlin Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>																									
HZ Pankow	40 %	0,3	22 %	3,1	20 %	0,9	7 %	0,2	*	*	17 %	0,3	16 %	0,1	*	*	4 %	0,1	16 %	0,3	16 %	1,5	18 %	0,5	
STZ Berliner Allee	*	*	11 %	0,4	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
STZ Greifswalder Str. Nord	*	*	10 %	0,2	8 %	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	6 %	0,3	5 %	1,4	*	*	
STZ Schönhauser Allee	*	*	13 %	3,2	9 %	0,2	*	*	*	*	10 %	0,2	9 %	0,2	*	*	*	*	9 %	0,2	9 %	0,7	9 %	0,3	
OTZ Buch	*	*	8 %	0,2	6 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
OTZ Französisch Buchholz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
OTZ Karow	*	*	11 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
OTZ Prenzlauer Allee	*	*	8 %	0,1	*	*	*	*	*	*	7 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	6 %	0,2	
NVZ Greifswalder Str. Süd	*	*	7 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
NVZ Heinersdorf	10 %	0,1	8 %	0,1	6 %	0,4	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	5 %	0,2	*	*	
NVZ Neumannstr.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
NVZ Niederschönhausen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	9 %	0,2	*	*	
NVZ Senefelder Platz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
NVZ Weißenseer Spitze	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
NVZ Wilhelmsruh			*	*			*	*			*	*					*	*	*	*					
<b>Berlin Pankow – sonstige städtebaulich integrierte Lage</b>																									
Buch	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Berlin Pankow – Fachmarkttagglomeration</b>																									
FMA Eldenaer Str.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	16 %	5,5	7 %	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Standort	Zoo-/Heimtierbedarf		Bekleidung		Schuhe/Lederwaren		Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik		Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien		Fahrräder und Zubehör		Sport- und Campingartikel		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushaltskleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Neue Medien, Unterhaltungselektronik		Uhren/ Schmuck		
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	
<b>Berlin Pankow – sonstige städtebaulich nicht integrierte Lage</b>																									
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	14 %	1,7	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Berlin Mitte – zentraler Versorgungsbereich</b>																									
STZ Badstraße	*	*	13 %	4,0	10 %	0,4	4 %	0,1	*	*	10 %	0,4	10 %	0,3	*	*	2 %	0,1	10 %	0,4	10 %	2,4	10 %	0,4	
<b>Umland – zentrale Versorgungsbereiche</b>																									
Bernau bei Berlin – Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum)	*	*	4 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum)	*	*	5 %	0,5	3 %	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	3 %	0,2	*	*	
Bernau bei Berlin – NVZ Forum Bernau (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Schönow (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Schwanebecker Chaussee (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Glienicke-Nordbahn – Ortszentrum	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Mühlenbeck	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Schildow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Panketal – Ortskern	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – HZ Wandlitz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – NVZ Basdorf, Am Markt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – NVZ Basdorf, Fontanestraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Umland – sonstige städtebaulich integrierte Streulage</b>																									
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Standort	Zoo-/Heimtierbedarf		Bekleidung		Schuhe/Lederwaren		Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik		Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien		Fahrräder und Zubehör		Sport- und Campingartikel		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushaltskleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Neue Medien, Unterhaltungselektronik		Uhren/ Schmuck	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
<b>Umland – sonstige städtebaulich nicht integrierte Streulage</b>																								
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*		*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*

HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht plausibel nachweisbar und hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen nicht relevant

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse auf Basis der o. g. Eingangswerte

**Modifizierte Berechnung absatzwirtschaftliche Auswirkungen – Fachmarkttagglomeration Möbel**

**Tabelle 30: Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen – Fachmarkttagglomeration Möbel (SO 2; nicht zentrenrelevantes Kernsortiment Möbel und zentrenrelevante Randsortimente), Modifizierung**

Standort	Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik		Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Möbel	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
<b>Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg – zentrale Versorgungsbereiche**</b>												
HZ Frankfurter Allee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
HZ Karl-Marx-Straße/Herrmannplatz/Kottbusser Damm	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
STZ Kottbusser Tor	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Lichtenberg – zentrale Versorgungsbereiche**</b>												
NVZ Hohenschönhauser Tor	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	10 %	0,5
<b>Berlin-Mitte – zentrale Versorgungsbereiche**</b>												
ZBK Alexanderplatz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ZBK Friedrichsstraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
STZ Badstraße	5 %	0,2	*	*	*	*	6 %	0,3	4 %	0,1	*	*
NVZ Chausseestraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Berlin-Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>												
HZ Pankow	10 %	0,3	*	*	*	*	10 %	0,3	6 %	0,1	15 %	0,2
STZ Berliner Allee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	14 %	0,1
STZ Greifswalder Straße Nord	5 %	0,1	*	*	*	*	5 %	0,4	3 %	0,2	*	*
STZ Schönhauser Allee	6 %	0,1	*	*	*	*	6 %	0,1	*	*	13 %	0,2
OTZ Buch	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Französisch Buchholz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Karow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Prenzlauer Allee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Greifswalder Straße Süd	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Heinersdorf	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Neumannstraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	14 %	0,4
NVZ Niederschönhausen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Senefelder Platz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Weißenseer Spitze	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Wilhelmsruh	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Reinickendorf – zentrale Versorgungsbereiche**</b>												
NVZ S-Bahnhof Wittenau	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Umland – zentrale Versorgungsbereiche</b>												
Bernau bei Berlin – Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Forum Bernau (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Schönow (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Schwanebecker Chaussee (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Glienicke-Nordbahn – Ortszentrum	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Mühlenbeck	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Schildow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Panketal – Ortskern	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – HZ Wandlitz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – NVZ Basdorf, Am Markt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – NVZ Basdorf, Fontanestraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz - NVZ Klosterfelde	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Kreuzberg Süd	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	7 %	0,7
<b>Bezirk Lichtenberg – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Hohenschönhausen Nord	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	8 %	0,3
Lichtenberg Nord	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	9 %	0,1
<b>Bezirk Mitte – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Gesundbrunnen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	13 %	1,1
Zentrum	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	7 %	0,2
<b>Bezirk Pankow – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Buch	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Standort	Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik		Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Möbel	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	12 %	0,2
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	14 %	0,1
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Reinickendorf – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Reinickendorf Ost	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Umland – städtebaulich integrierte Lage**</b>												
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Lichtenberg – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
FMA Landsberger Allee	2 %	0,3	6 %	0,4	2 %	0,4	2 %	0,3	*	*	11 %	16,9
Hohenschönhausen Süd	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Marzahn-Hellersdorf – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
FMA Märkische Spitze	2 %	0,1	6 %	0,2	*	*	2 %	0,2	*	*	10 %	5,5
Marzahn	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	9 %	1,7
<b>Bezirk Mitte – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
FMA Pankstraße	3 %	0,2	15 %	0,5	*	*	3 %	0,3	*	*	13 %	8,5
FMA Genthiner Straße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	11 %	2,0
Wedding	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Pankow – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
FMA Eldenaer Straße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	11 %	1,0
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	12 %	0,1
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	11 %	0,3
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Reinickendorf – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
Tegel	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	11 %	0,8
<b>Umland – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>												
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	9 %	1,2

HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht plausibel nachweisbar und hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen nicht relevant

\*\* angegeben sind nur zentrale Versorgungsbereiche bzw. sonstige Lagen mit untersuchungsrelevantem und erhobenem Angebot

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse auf Basis der o. g. Eingangswerte

**Modifizierte Berechnung absatzwirtschaftliche Auswirkungen – Einzelhandelskonzentration und Fachmarkttagglomeration Möbel (summarische Betrachtung)**

**Tabelle 31: Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen – summarische Betrachtung, Modifizierung**

Standort	Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Möbel	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
<b>Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg – zentrale Versorgungsbereiche**</b>										
HZ Frankfurter Allee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
HZ Karl-Marx-Straße/Herrmannplatz/Kottbusser Damm	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
STZ Kottbusser Tor	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Lichtenberg – zentrale Versorgungsbereiche**</b>										
NVZ Hohenschönhauser Tor	*	*	*	*	*	*	*	*	10 %	0,5
<b>Berlin-Mitte – zentrale Versorgungsbereiche**</b>										
ZBK Alexanderplatz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ZBK Friedrichstraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
STZ Badstraße	6 %	0,2	*	*	6 %	0,3	6 %	0,3	*	*
NVZ Chausseestraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Berlin-Pankow – zentrale Versorgungsbereiche</b>										
HZ Pankow	10 %	0,3	*	*	10 %	0,4	10 %	0,2	15 %	0,2
STZ Berliner Allee	*	*	*	*	*	*	*	*	15 %	0,1
STZ Greifswalder Straße Nord	5 %	0,1	*	*	6 %	0,4	6 %	0,3	*	*
STZ Schönhauser Allee	6 %	0,1	7 %	0,1	7 %	0,1	7 %	0,1	13 %	0,2
OTZ Buch	*	*	*	*	*	*	*	*	10 %	0,1
OTZ Französisch Buchholz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Karow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
OTZ Prenzlauer Allee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Greifswalder Straße Süd	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Heinersdorf	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Neumannstraße	*	*	*	*	*	*	*	*	15 %	0,4
NVZ Niederschönhausen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Senefelder Platz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Weißenseer Spitze	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Wilhelmsruh	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Reinickendorf – zentrale Versorgungsbereiche**</b>										
NVZ S-Bahnhof Wittenau	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Umland – zentrale Versorgungsbereiche</b>										
Bernau bei Berlin – Innenstadt Bernau – Historisches Zentrum (A-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – Hauptgeschäftsbereich EKZ „Bahnhofs-Passage“ (B-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Forum Bernau (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Schönow (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bernau bei Berlin – NVZ Schwanebecker Chaussee (C-Zentrum)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Glienicke-Nordbahn – Ortszentrum	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Mühlenbeck	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mühlenbecker Land – Zentrum Ortsteil Schildow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Panketal – Ortskern	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – HZ Wandlitz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – NVZ Basdorf, Am Markt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz – NVZ Basdorf, Fontanestraße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wandlitz - NVZ Klosterfelde	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Kreuzberg Süd	*	*	*	*	*	*	*	*	7 %	0,7
<b>Bezirk Lichtenberg – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Hohenschönhausen Nord	*	*	*	*	*	*	*	*	8 %	0,4
Lichtenberg Nord	*	*	*	*	*	*	*	*	9 %	0,1
<b>Bezirk Mitte – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Gesundbrunnen	*	*	*	*	*	*	*	*	13 %	1,1
Zentrum	*	*	*	*	*	*	*	*	7 %	0,2
<b>Bezirk Pankow – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Buch	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	13 %	0,2
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Südl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	15 %	0,1

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Standort	Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik		Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände		Elektrische Haushalts-Kleingeräte und Leuchten		Elektrische Haushalts-Großgeräte		Möbel	
	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Reinickendorf – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Reinickendorf Ost	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Umland – städtebaulich integrierte Lage**</b>										
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Lichtenberg – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
FMA Landsberger Allee	2 %	0,3	2 %	0,5	2 %	0,3	*	*	11 %	17,6
Hohenschönhausen Süd	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Marzahn-Hellersdorf – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
FMA Märkische Spitze	2 %	0,1	*	*	2 %	0,2	*	*	10 %	5,7
Marzahn	*	*	*	*	*	*	*	*	9 %	1,7
<b>Bezirk Mitte – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
FMA Pankstraße	3 %	0,2	*	*	3 %	0,3	4 %	0,1	14 %	8,8
FMA Genthiner Straße	*	*	*	*	*	*	*	*	12 %	2,1
Wedding	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Pankow – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
FMA Eldenaer Straße	*	*	*	*	*	*	*	*	11 %	1,1
Nördl. Prenzlauer Berg	*	*	*	*	*	*	*	*	13 %	0,1
Nördl. Pankow	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nördl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	11 %	0,3
Südl. Weißensee	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Bezirk Reinickendorf – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
Tegel	*	*	*	*	*	*	*	*	12 %	0,8
<b>Umland – städtebaulich nicht integrierte Lage**</b>										
Bernau bei Berlin	*	*	*	*	*	*	*	*	9 %	1,2












HZ = Hauptzentrum, STZ = Stadtteilzentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht plausibel nachweisbar und hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen nicht relevant

\*\*nur zentrale Versorgungsbereiche bzw. sonstige Lagen mit untersuchungsrelevantem und erhobenem Angebot werden angegeben

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse auf Basis der o. g. Eingangswerte

### Anhang 3: Erläuterung zu den Steckbriefen der zentralen Versorgungsbereiche

Name Zentrum	
<b>Untersuchungsrelevante Eckdaten</b>	
Verkaufsfläche	Quelle: Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse 2025, eigene Berechnungen, Angaben gerundet  nur untersuchungsrelevante Warengruppen gemäß Methodik (vgl. Kapitel 2)
Anzahl Betriebe	Quelle: Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse 2025, eigene Berechnungen, Angaben gerundet  nur untersuchungsrelevante Anbieter gemäß Methodik (vgl. Kapitel 2)
Umsatz	Quelle: eigene Berechnungen  geschätzter Umsatz
Einkaufszentren mit Ankerbetrieben (>800 m <sup>2</sup> )	Quelle: Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse 2025  nur untersuchungsrelevante Anbieter gemäß Methodik (vgl. Kapitel 2)
Magnetbetriebe	Quelle: Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse 2025  nur untersuchungsrelevante Anbieter gemäß Methodik (vgl. Kapitel 2)  Magnetbetriebe außerhalb von Einkaufszentren (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche), strukturprägende Lebensmittelbetriebe (ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie Drogeriemärkte  in den Umlandkommunen nachträgliche Erfassung der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe mittels Onlinerecherche
<p><b>Karte</b> Quelle: Kartengrundlage © OpenStreet-Map-Mitwirkende, CC-BY-SA;  Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche gemäß jeweiligem Einzelhandelskonzept</p> <p><b>Legende</b></p> <p><b>Abgrenzung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Zentraler Versorgungsbereich</li> <li> Gemeindegrenzen Berlin und Brandenburg</li> <li> Berlin Bezirksgrenzen</li> </ul> <p><b>Gebäude</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Gebäude mit Magnetbetrieb(en)</li> <li> Sonstiges Gebäude</li> </ul> <p><b>Flächennutzung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Bahnfläche</li> <li> Freifläche</li> <li> Gewerbefläche</li> <li> Siedlungsfläche</li> <li> Verkehrsfläche</li> <li> Bundesstraße</li> </ul>	

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

---

Entfernung zum Vorhaben  
Einzelhandelskonzentration  
Fachmarkttagglomeration Möbel

Luftlinienentfernung auf Basis von Google Maps  
Luftlinienentfernung auf Basis von Google Maps

---

### **Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums**

---

Städtebaulich-funktionale Einordnung des Zentrums auf Basis von Ortsbegehungen und dem jeweiligen Einzelhandelskonzept

---

### **Städtebauliche Bewertung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen durch Vorhaben**

---

Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ab einer Umverteilungsquote von 5 % bezogen auf die einzelne Warengruppe

- Rein wettbewerbliche Auswirkungen
  - Verstärkte wettbewerbliche Auswirkungen, wobei Leerstände nicht ausgeschlossen werden können, gleichwohl aber kein Funktionsverlust des Zentrums droht und kein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten ist.
  - Erhebliche wettbewerbliche Auswirkungen, folglich sind Funktionsverlust des Zentrums und Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten.
- 

### **Fazit**

---

Zusammenfassung bzw. Schlussfolgerung

---